ABH

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL
(ESPOL)

Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas
(ICHE)

Economía y Gestión Empresarial

DESARROLLO DEL PROCESO DE CERTIFICACION Y PLAN DE MARKETING PARA EL CACAO ORGANICO ECUATORIANO EN EL MERCADO EUROPEO

Previo a la Obtención del Título de

ECONOMISTA CON MENCION EN GESTION EMPRESARIAL: ESPECIALIZACION: MARKETING

AUTORAS

Olga Lluba Abad Reyes

Olga María Cortez Bonnarc

Guayaquil - Ecuador

2003

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL)
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS (ICHE)
ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

DESARROLLO DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN Y PLAN DE MARKETING PARA EL CACAO ORGÁNICO ECUATORIANO EN EL MERCADO EUROPEO

Previo a obtención del título de Economista con Mención en Gestión Empresarial: Especialización: MARKETING.

Autoras:

Olga Liuba Abad Reyes
Olga María Cortez Bonnard

Guayaquil-Ecuador-2003

Miembros del Tribunal de Grado

Dr. Hugo Arias
Presidente del Tribunal

M.S.M. Cicerón Tacle Vera
Director de Tesis

Ing. Bolívar Pastor
Vocal

Ing. Horacio Villacis
Vocal

DEDICATORIA

A todos los que me guiaron y
me apoyaron en el camino, para
que pueda llegar a la meta

Olga María Cortez B.

A mis padres Abel y Olga, a mi
hermana Esther y a todas las
personas que me han ofrecido
su apoyo.

Olga Abad Reyes

INDICE

Introducción	**vi**
CAPITULO 1.- AGRICULTURA ORGÁNICA	**1**
1.1.- Antecedentes y Principios de la Agricultura Orgánica	
1.1.1.- Breve Historia de la Agricultura Orgánica	1
1.1.2.- Definiciones	7
1.2- Denominaciones	10
1.3.- Principios de la Agricultura Orgánica	10
1.4.- Objetivos de la Agricultura Orgánica	11
1.5.- Transporte y Embalaje	12
1.6.- Normas	13
1.7.- Importaciones de la Unión Europea	15
1.8.- Aspectos Comerciales	17
1.9.- Aspectos del Consumo	22
CAPITULO II.- CACAO ORGÁNICO	**25**
2.1.- Producto	25
2.2.- Botánica	25
2.3.- Aspectos del Cultivo	34
2.3.1.- Exigencias del emplazamiento	34
2.4.- Métodos de Cultivo	35
2.5.- Aplicación de Nutrientes y Fertilizantes	35
2.6.- Control Fitosanitario	37

2.6.1.- Enfermedades y Plagas 37
2.6.2. Cultivo y el Cuidado de las Plantas Existentes 40
2.7.- Cosecha y Tratamiento Post-cosecha 40
2.8.- Sustancias Dañinas 48
2.9.- Especificación del Producto, Normas y Exigencias de Calidad 50
2.10.- Superficie Cultivada de Cacao vs. Superficie Cultivada de Cacao Orgánico Certificado en Ecuador 52

CAPITULO III.- CASO DE ESTUDIO: LAS PRIMERAS EXPORTACIONES DE CACAO ORGÁNICO HACIA EUROPA 54

CAPITULO IV.- INVESTIGACIÓN DE MERCADO 64

4.1.- Definición del Problema 64
4.1.1.- Oportunidades de Certificación por el Mercado Europeo 64
4.1.2.- Oportunidades del Mercado Europeo para el Cacao Orgánico Ecuatoriano 65
4.2.- Objetivos Generales de la Investigación de Mercado 66
4.3.- Preparación 66
4.3.1.- Fuentes de Información Secundaria 66
4.4.- Análisis Situacional de la Oferta Internacional 69
4.5.- Análisis Situacional de la Demanda Europea 76
4.6.- Análisis de la investigación 79

CAPÍTULO V.- EVALUACIÓN ECONÓMICA, SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADO 84

5.1.- Comparación de Costos del Cultivo del Cacao Tradicional vs. Cultivo de Cacao Orgánico por Hectárea 84
5.1.1.- Costos variables 84

C.I.B.

5.1.2.- Costos de mantenimiento 85
5.1.3.- Comparación de flujo neto de caja 87
5.2.- Flujo de Caja del Cultivo de Cacao Orgánico 89
5.3.- Factibilidad TIR y VAN 90
5.4.- Análisis de Sensibilidad 91
5.5.- Punto de Equilibrio 92

CAPÍTULO VI.- OPORTUNIDADES DE CERTIFICACIÓN 93

6.1.- ¿Qué es la Certificación? 93
6.1.1.- Utilidad de la Certificación 93
6.2.- Empresas Certificadoras 94
6.2.1.- Normas de Producción Orgánica 95
6.3.- Procesos de Certificación 97
6.3.1.- Componentes del Proceso de Certificación 97
6.3.2.- Etapas en el Proceso de Certificación 98
6.3.3.- Importancia de la Documentación en la Certificación 101
6.3.3.1.- Documentos Necesarios para la Certificación 102
6.3.4.- Certificación de Grupos de Productores Organizados 104
6.3.4.1.- Elementos Básicos de Grupos Comunitarios 105
6.3.4.2.- Información que debe Presentar un Grupo Comunitario para su Certificación 106
6.3.4.3.- Inspección de Grupos Comunitarios 107
6.3.4.4.- Acreditación de las Agencias de Certificación 107
6.5.- Ventajas de la Certificación 108
6.6.- Desventajas de la Certificación 109
6.7.- Análisis de los Estándares de Calidad de los Productos orgánicos en Europa 110
6.8.- Análisis Comparativo entre las Regulaciones Europeas y las Normas Ecuatorianas (Caso de Estudio) 118
6.9.-Estándares de Calidad Ecuatorianos vs. Europeos 118

CAPITULO VII.- PLAN DE MERCADO 121

7.1.- Plan Estratégico 121
7.1.1.- Misión 121
7.1.2.- Visión 122
7.1.3.- Análisis FODA 123
7.1.4.- Objetivos 124
7.1.5.- Posicionamiento de Producto 125
7.2.- Segmentación del mercado 127
7.2.1.- Análisis de Macrosegmentación 127
7.2.2.- Microsegmentación 128
7.2.3.- Mercado Objetivo 129
7.3.- Marketing Mix 130
7.3.1.- Producto/Cliente Satisfecho 130
7.3.2.- Precio/Costo a Satisfacer 131
7.2.3.- Plaza/Conveniencia/Canales de Distribución 137
7.2.4.- Comunicación 140
7.2.5.- Estrategias de Comunicación Internacional 140
7.2.6.- Plan de Difusión Interna 141
7.4.- Presupuesto de Costos y Gastos 143
Adendum 147

CAPÍTULO VIII.- COMERCIO EXTERIOR E IMPACTO AMBIENTAL 154

8.1.- Barreras Arancelarias, No Arancelarias y Preferencias 154
8.2.-Transporte, Empaque y Embalaje 155
8.2.1.- Embalaje 155
8.2.2.- Empaque 156
8.3.-Partidas y Preferencias Arancelarias 157
8.4.- Trámites y Documentos de Exportación 158

8.4.1.- Trámites de Exportación 158
8.4.2.- Documentos de Exportación 160
8.5.- Impacto Ambiental 160

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 166

BIBLIOGRAFÍA 171

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

La conciencia ecologista y los cambios en los hábitos de consumo de las personas, sobre todo en los países desarrollados, están creando nuevas oportunidades de mercado en diferentes sectores, por ejemplo: agricultura, ganadería, turismo, entre otros. Actualmente es común escuchar términos como: "Natural", "Orgánico", "Sello Verde", "Eco - Turismo" El cacao, café, naranjas, banano, camarones, son cada vez más demandados en los mercados internacionales como orgánicos o ecológicos e incluso se fijan premios económicos para los productos logrados con técnicas de producción limpia.

El Ecuador, por ser un país agrícola debe de aprovechar esta oportunidad que le ofrece el mercado mundial. De allí nace la importancia de este proyecto: **"DESARROLLO DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN Y PLAN DE MARKETING PARA EL CACAO ORGÁNICO ECUATORIANO EN EL MERCADO EUROPEO".**

El cacao ecuatoriano es un producto de gran tradición a nivel mundial por su inigualable aroma y sabor, al ofrecerlo al mercado con un certificado de calidad (en este caso certificado de producto orgánico) le estamos dando un valor agregado a nuestro cacao y una garantía al comprador. Garantía que nos hace más competitivos en el mercado extranjero, mejora el nivel de ingresos a los productores, le ofrece un producto más sano al consumidor y conserva el medio ambiente.

Con este proyecto queremos incentivar e informar, a los pequeños y medianos productores de cacao, para que formen parte del grupo de agricultores certificados y así puedan gozar de las ventajas que le ofrecen ser un agricultor ecológico y dar a conocer por medio de nuestro plan de mercado que en Ecuador tenemos capacidad tecnológica para ofrecer al consumidor mundial, en este caso europeo, productos orgánicos de primera calidad.

El cultivo y consumo del cacao se originó en México y Centroamérica mucho antes de que se descubriera América, los indígenas toltecas, aztecas y mayas, preparaban una bebida denominada xocoatl, de sabor amargo, que no fue del agrado de Montezuma, ni de su gente. En 1550, los españoles comienzan a consumir cacao, luego de que unas religiosas le agregaron dulce y vainilla al chocolate, la bebida inicialmente era consumida por la corte y la realeza europea, pero al poco tiempo su consumo se extendió, lo cual originó una gran demanda de la pepa. El cultivo y exportación fueron concedidos mediante Cédula Real como exclusivos de México, Centroamérica, Venezuela y Trinidad y Tobago.

A mediados del siglo XVI, la gran rentabilidad que se obtenía con el negocio del cacao, atrajo a muchos empresarios guayaquileños que lo empezaron a cultivar, a pesar de las prohibiciones establecidas mediante las Cédulas Reales. En 1623, el Corregidor de Guayaquil, don Diego de Portugal, informa a la Corte de España que había un gran número de plantas sembradas en la provincia y que su producto era comercializado clandestinamente desde Guayaquil,

C.I.B.

primero por Acapulco y posteriormente por los puertos de Sonsonate en Nicaragua, Ajacutla y Amapala en Guatemala.

El comercio clandestino de cacao desde Guayaquil, siguió creciendo, ahora sus envíos hacia Acapulco se los realizaba desde el Callao, lo que motivó a que el Cabildo de Caracas, eleve quejas y solicitudes, entre los años 1593 y 1778, al Rey y a las Cortes para que pararan la producción y el negocio del Cacao en Guayaquil, pero no tuvieron éxito. En 1789, el Rey Carlos IV permitió, mediante Cédula Real, el cultivo o exportación de cacao desde la costa ecuatoriana.

Desde principios de 1600, ya habían pequeñas plantaciones de cacao a orillas del Río Guayas y se expandieron a orillas de sus afluentes el Daule y el Babahoyo, ríos arriba, lo cual originó el nombre de cacao "Arriba" en el mercado internacional. La variedad que da origen a este cacao se denomina nacional y botánicamente pertenece a los denominados forasteros amazónicos. La variedad nacional es reconocido mundialmente por su aroma floral.

ENVÍOS

CUADRO 1

PERIODO COLONIAL (

1600-1820)

AÑO	QUINTALES
1663	44.000
1775	40.500
1809	150.000
1921	180.000

Elaborado por: Olga Abad y Olga Cortez

Durante de los años de 1800-1822, la producción de cacao fue la fuente más importante para financiar la independencia. Significaba entre el 40% al 60% de las exportaciones totales del país y pagaba hasta el 68% de los impuestos del Estado.

Durante el primer siglo de la República (1821-1920), y basándose en las nuevas leyes republicanas sobre concesiones de tierras, muchas familias adineradas de la costa ecuatoriana adquirieron grandes propiedades y las destinaron a la producción de cacao, estos latifundios se denominaron "Grandes Cacaos". Las áreas de mayor demanda fueron las llamadas de arriba, actualmente así provincias: Los Ríos (Vinces, Babahoyo, Palenque, Baba, Pueblo Viejo, Catarama y Ventanas), Guayas (Naranjal, Balao, Tenguel) y El Oro (Machala y Santa Rosa).

De 1820 a 1860, una crisis mundial en el mercado y las revoluciones internas del país hicieron que la producción de cacao fuera variable. En el período de 1915- 1920 aumenta nuevamente la producción de cacao, por lo que, mucho de los grandes productores, confían la administración de sus fincas a terceras personas y viajan a Europa.

El cacao fue el principal producto generador de divisas y recursos, permitiendo la creación de los primeros bancos del país, así como el soporte para el manejo político y económico de los grupos gobernantes de turno. La producción de las haciendas de cacao se hacía contratando mano de obra barata y explotada, con peones provenientes de la Costa y de la Sierra. Entre 1880 y 1890, Ecuador fue el mayor exportador mundial de cacao, sitial que empezó a perder a finales de siglo.

Entre 1915- 1920 se expanden en toda la zona cacaotera las enfermedades de la Escoba de Bruja y la Monilia, que destruyen los cultivos, causando una reducción en la producción de 40.000 TM entre 1915 a 1919 a 15.000 TM en 1930, a esto se sumó los efectos de falta de transporte y mercados internacionales durante la Primera Guerra Mundial y la consecuente depresión económica de esos años. La crisis promovió el abandono y venta de la mayoría de grandes haciendas, que fueron compradas por pequeños y medianos propietarios (1930-1940) , éstos renovaron y sembraron nuevas huertas, utilizando semillas de los árboles que habían tolerado las enfermedades, lo que dio origen a los actuales híbridos, resultado de cruzar los árboles sobrevivientes de la variedad

nacional y árboles de la variedad trinitario, introducida de Venezuela a principios de siglo, por considerarla más productiva y tolerante a las enfermedades. La producción de esta etapa llega hasta 33.000 TM en 1960, con la Reforma Agraria se repartieron tierras baldías y de haciendas improductivas, incrementándose nuevamente las áreas de siembra y producción, las que se estabilizan al final de la década de los 80 con producciones que fluctúan alrededor de las 80.000TM por año en promedio en un área aproximada de 360.000 has.

CAPITULO I. AGRICULTURA ORGÁNICA

1.1. ANTECEDENTES Y PRINCIPIOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA.-

1.1.1. BREVE HISTORIA DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA.-

Los conocimientos empíricos sobre agricultura, terminan en el siglo XIX, dando paso a la "agricultura moderna" que tiene su origen con los descubrimientos este siglo.

Los estudios de los científicos de Saussure (1797-1845), de Boussingault (1802-1887) y Liebig (1803-1873), quienes derribaron la teoría del humus, según la cual las plantas obtenían carbono de la sustancia orgánica del suelo[1], este último, apoyándose en evidencias científicas, difundió la idea de que el aumento de la producción agrícola sería directamente proporcional a la cantidad de sustancias químicas incorporadas al suelo.

El surgimiento de las comprobaciones científicas, ganaron fuerza en los sectores productivos, industriales y agrícolas, abriendo un mercado amplio y prometedor de los fertilizantes "artificiales".

[1] De Jesús, 1985

Ciertos componentes de la producción agrícola habían pasado a ser producidos por el sector industrial, las condiciones para el abandono de los sistemas de la rotación de cultivos y de la integración de la producción animal a la vegetal; fueron separadas para ser explotados individualmente y el desarrollo de motores de la combustión interna y de la selección y producción de semillas apropiadas, fueron los hechos que iniciaron una nueva fase de la historia de la agricultura que se conoció como " la segunda revolución agrícola". Estas innovaciones fueron responsables de significativos aumentos en el rendimiento de los cultivos[2].

El "paquete tecnológico" de la revolución verde creó una estructura de: crédito rural subsidiado, ensayo, investigación y extensión rural asociada a este modelo (información práctica a los usuarios de las nuevas técnicas, semillas, pesticidas, etc.).

A partir de la década del 60, este modelo de agricultura comenzó a dar señales de su agotamiento: deforestación, disminución de la bio-diversidad, erosión y pérdida de la fertilidad de os suelos, la contaminación del agua, de los animales silvestres y de los agricultores por agrotóxicos pasaron a ser inherentes a la producción agrícola[3] .

---

[2] Frade, 2000
[3] Ehlers, 1993

En los países pobres se observa que en los años siguientes, se continúa el avance de la agricultura convencional, particularmente en los países en vías de desarrollo, con el agravamiento de los daños ambientales.

Al principio de la década del 70, la oposición en lo referente al estándar productivo de la agricultura convencional se concentraba en un amplio conjunto de propuestas "alternativas", movimiento que fue conocido como "agricultura alternativa".

En 1972 se funda en Versalles, Francia, la federación internacional en la agricultura orgánica (IFOAM), se reunieron cerca de 400 " entidades agro-ambientalistas" y fue la primera organización internacional creada para fortalecer las agricultura alternativa. Sus funciones principales habían comenzado a ser el intercambio de información entre las entidades asociadas, la armonización internacional de normas téc-nicas y la certificación de productos orgánicos[4].

En la década del 80, surgieron varias organizaciones no gubernamentales que promulgaban "tecnologías alternativas" de agricultura, que sustituyeran la agricultura convencional por agricultura ecológica.

[4] Ehlers , 2000

C.I.B.

El interés de la opinión pública por las cuestiones ambientales y el deseo de algunos investigadores del movimiento alternativo, sobre todo en función de los aspectos adversos de los métodos convencionales, tuvieron algunos desdoblamientos en el ámbito de la ciencia y de la tecnología, cuyas características más importantes fueron: la búsqueda de Fundamentación científica para sus propuestas técnicas, y en caso de la agroecología el firme propósito de valorizar los aspectos socioculturales de la producción agrícola.

Considerando los aspectos ecológicos, tecnológicos y socio-económicos, la agroecología al contrario de lo que aparenta no es una disciplina nueva, pero si un nuevo campo de estudio, que busca combinar las contribuciones de diversas disciplinas: agronomía, sociología rural, ecología y antropología[5].

En ese sentido la preocupación de los aspectos sociales y el enfoque científico dado al estudio de los agro-ecosistemas son, probablemente los componentes que más contribuirán para la rápida divulgación de la agroecología en EEUU (California) y en América Latina.

En 1992, con la conferencia mundial de ECO92, en Río De Janeiro - en Brasil, surge el concepto de sustentabilidad, que manifiesta un nuevo orden mundial que expresa las ventajas para las naciones de

[5] De Jesús, 1996

conciliar o reconciliar el desarrollo económico en un mejor ambiente, e integrar la problemática ambiental al campo de la economía.

La sustentabilidad manifiesta en primer lugar **una problemática de aspectos múltiples (científico, político, ético) se origina de la emergencia de los problemas ambientales en escala planetaria y principalmente de la percepción del riesgo subyacente**.

A partir de los años 90 emergen los procesos de la certificación ambiental de los productos agrícolas, como los "sellos verdes". Una certificación ambiental fundamentalmente es un **principio de producción con uso de técnicas y procesos que no degraden el medio ambiente**. La iniciativa de certificar ha surgido de las organizaciones no gubernamentales, que establecen sus propios criterios de certi-ficación, refiriéndose a productos orgánicos o biodinámicas.

A partir, de la institucionalización de las certificaciones, se han abierto nichos de mercado que demandan productos con características orgánicas, que ofrecen grandes posibilidades de inserción para los productos provenientes de la agroecología, en las diferentes redes de distribución, y en sus diversos niveles de mercadeo (local, regional, nacional e internacional).

Sin embargo, concretar de las oportunidades va a depender de las estrategias de la organización y oferta de la producción y las cantidades demandadas de los productos.

Puede decirse que la agroecología (incluida sus corrientes: orgánica, biodinámica, natural, ecológica, cultivos permanentes) emerge como nueva visión del mundo, que eleva a la agricultura a una nueva plataforma, que supone una diferenciación social.

Considerar el acceso a la información como un nuevo insumo (agrícola) no es una simple fórmula es posible estimar que algunas áreas estarán más dispersos para la extensión rural, cuya eficiencia puede ser reducida por políticas públicas que concentran permanentemente la información de las tecnologías en las persona de mayor poder económico, excluyendo a lo pequeños y mediano productores, con insuficiencia de capital y/o márgenes altos de riesgo económico.

Es importante resaltar a la agroecología como nuevo paradigma técnico-científico, ambiental y cultural que está siendo construida en forma progresiva y desigual, con base en una gran multiplicación de prácticas productivas, de ecosistemas y de estrategias diversificadas de sobrevivencia económica que como todo proyecto que es idealizado y realizado por la sociedad pasa por experiencias de éxito o de fracaso.

C.I.B.

Para los países en vías de desarrollo, la producción de alimentos en sistemas agro-ecológicos dentro de una economía globalizada y flexible, es un desafío que implica cambios en la política pública, amplias y diferenciadas: reforma agraria, agricultura familiar y seguridad alimenticia.

1.1.2. DEFINICIONES.-

AGRICULTURA ORGÁNICA.-

El Codex (organismo intergubernamental que establece normas para todos los alimentos), propone la siguiente definición de lo que es la agricultura orgánica: "la agricultura orgánica es un sistema global de gestión de la producción que fomenta y realza la salud de los agro ecosistemas, inclusive la diversidad biológica, los ciclos biológicos y la actividad biológica del suelo.

Hace hincapié en la utilización de prácticas de gestión, con preferencia a la utilización de insumos no agrícolas, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requieren sistemas adaptados localmente. Esto se consigue aplicando, siempre que es posible, métodos agronómicos, biológicos y mecánicos, en

contraposición a la utilización de materiales sintéticos, para desempeñar cualquier función específica dentro del sistema"[6].

PRODUCTOS ORGÁNICOS.-

Los productos orgánicos certificados son aquellos que se producen, almacenan, elaboran, manipulan y comercializan de conformidad con especificaciones técnicas precisas (normas), y cuya certificación de productos "orgánicos" corre a cargo de un organismo especializado. Una vez que una entidad de este tipo ha verificado el cumplimiento de las normas que rigen el ámbito de los productos orgánicos, se concede una etiqueta al producto.

Esta etiqueta variará de acuerdo con el organismo de certificación que la expide, pero puede tomarse como garantía de cumplimiento de los requisitos fundamentales de un producto "orgánico" desde la finca hasta el mercado. Es importante señalar que la etiqueta de calidad orgánica se aplica al proceso de producción, y garantiza que el producto se ha creado y elaborado en forma que no perjudique al medio ambiente. Esta etiqueta respalda, un proceso de producción, a diferencia de la certificación de calidad.

---

[6] Comisión del Codex Alimentarius, 1999

Se pueden discernir tres causas de la agricultura orgánica:

- La promoción de la agricultura orgánica por el consumidor o el mercado. Se reconocen los productos orgánicos claramente gracias a su certificación y etiquetado. Los consumidores eligen productos producidos, elaborados, manipulados y comercializados en una forma específica.
- La promoción de la agricultura orgánica por los servicios. En países como los de la Unión Europea (UE) hay subsidios para la agricultura orgánica, a fin de que se produzcan bienes y servicios ambientales.
- La promoción de la agricultura orgánica por los agricultores. Algunos productores consideran que la agricultura convencional no es sostenible y han creado otras modalidades de producción para mejorar la salud de sus familias, la economía de sus fincas y su autosuficiencia. En muchos países en desarrollo se adopta la agricultura orgánica como método para mejorar la seguridad alimentaria del hogar o para reducir los gastos en insumos. Los productos no necesariamente son para el mercado, o se venden sin distinción de precios porque no están certificados. En los países desarrollados, los pequeños agricultores están creando cada vez más canales directos de oferta de productos orgánicos sin certificar a los consumidores.

1.2. DENOMINACIONES.-

Este tipo de agricultura alternativa tiene diferentes denominaciones alrededor del mundo:

- Agroecología, Agricultura Ecológicamente apropiada, Agricultura Orgánica en Latino América y en los Estados Unidos de América
- Ecológica ó Biológica en la Comunidad Europea y Asia

1.3. PRINCIPIOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA.-

- Alivio de la pobreza.
- Seguridad alimentaria.
- Fortalecimiento de las comunidades rurales.
- Incorporación de las diversas condiciones de vida de los habitantes rurales.
- Manejo y uso sustentable de los recursos locales.
- Mejoramiento integral de los sistemas agrícolas a nivel de predios o cuencas.
- Desarrollo de la agroecología como sistema productivo que asegure alimentos para todos en cantidad pero especialmente en calidad.
- Impulso de un sistema de comercio mundial justo, humano, democrático, solidario y sustentable.

1.4. OBJETIVOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA.-

- Producción suficiente de alimentos de calidad natural; entendiendo por calidad natural al correcto equilibrio de los elementos nutritivos que los componen, sin residuos de sustancias químicas ajenas a los ciclos naturales, posesión de una elevada vitalidad.
- Máxima conservación de los recursos naturales; mediante la creación de sistemas agrícolas estables altamente diversificados, no contaminantes y que respeten la vida.
- Conservación de los recursos naturales; como la vida silvestre, la tierra cultivable y su fertilidad, el agua continental, los combustibles fósiles, los materiales utilizados como abono, las especies y variedades autóctonas de plantas cultivadas, animales domésticos, etc.
- No utilización de productos tóxicos o contaminantes, como plaguicidas y fertilizantes químicos sintético, aditivos alimentarios no naturales, etc.
- Utilización óptima y equilibrada de los recursos locales a través del reciclado de la materia orgánica (residuos de cosechas y de la agricultura, basuras biodegradables de origen doméstico urbano, etc.), de las energías renovables, la autosuficiencia, etc.
- Empleo de técnicas que: cooperen con la naturaleza en lugar de tratar de dominarla; que sean compatibles con el desarrollo de creatividad del hombre y que exijan poco capital para que estén al alcance de todos.

- Reducción de transporte y los períodos de almacenamiento mediante la puesta en marcha de canales de comercialización que aproximen a los productores o consumidores entre si, promuevan el consumo de productos locales, frescos y de temporada.
- Permitir que el agricultor viva de su trabajo, asegurándoles un rendimiento suficiente para satisfacer tanto sus necesidades materiales como espirituales.

1.5. TRANSPORTE Y EMBALAJE.-

Los productos en general, deben ser transportados dentro de cajas cerradas con el fin de impedir la sustitución del contenido.

Deben también llevar una etiqueta que contenga el nombre y dirección del productor, el nombre del producto y la marca (en caso de que éste la tuviera).

Deben también llevar todos los números que permitan la identificación del producto y el certificado de inspección. Al recibirlo, el destinatario debe comprobar el cierre, la presencia de indicaciones reglamentarias en la etiqueta e inscribir el resultado de la comprobación en los documentos contables relativos al producto recibido.

C.I.B.

1.6. NORMAS.-

En el contexto de legislación, existen normativas a nivel nacional e internacional. Algunas de las normativas o regulaciones son dictadas por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica - **IFOAM** - creada desde 1972 en ella se encuentran asociadas empresas, asociaciones de productores, agencias de certificación orgánica, cuyos estándares de certificación están avalados por esta instancia.

Organismos como La FAO, a través del Comité del Codex Alimentarius, están trabajando en el establecimiento de las Guías para la Producción, el Procesamiento, el Etiquetado y la Comercialización de Alimentos Orgánicos con participación de la OMS y miembros del IFOAM. También la Organización Mundial del Comercio (OMC) está interviniendo en la comercialización internacional de productos orgánicos.

En Europa. la desconfianza de los consumidores, la búsqueda de un desarrollo económico sustentable y una política compatible con el medio ambiente orientó la formulación de la Política Agrícola Común **(PAC)** desde los años 1980 y ha influido considerablemente en el mercado de los alimentos y el de los productos orgánicos el Consejo de Agricultura de la Unión Europea, determinó en 1991 los lineamientos de la agricultora orgánica y a su vez es apoyada dentro del marco de la PAC que también ha tenido modificaciones por el proceso de cambio de la Unión Europea.

Buscando así aumentar la competitividad, mejorar los estándares de seguridad y calidad de los alimentos, asegurar un adecuado nivel de vida para la población rural, la integración definitiva de los aspectos ambientales a la agricultura, la creación de más fuentes de trabajo para la población rural y la simplificación de la administración y legislación comunitaria.

El reglamento de la UE 2078/92, proporciona un marco de acción a los Estados Miembros para que implementen sus políticas de apoyo a la agricultura orgánica. La Reglamentación de la Comisión 2092/91 regula la producción y etiquetado de productos orgánicos y productos orgánicos procesados.

En los Estados Unidos entró en vigencia en el año 2000 la ley de productos orgánicos, al igual que en Japón y así en muchos países como en Centroamérica por ejemplo: Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, ya cuentan con leyes de producción orgánica a nivel nacional o se están promoviendo Acuerdos Ejecutivos , en conjunto por el sector público y privado para la producción orgánica cuyo objetivos es contar normas armonizadas a nivel internacional, que les permita participar en el mercados de los productos orgánicos.

1.7. IMPORTACIONES DE LA UNIÓN EUROPEA.

Los países que conforman la Unión Europea son: Austria, Bélgica, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo Países Bajos, Portugal y España.

La CEE (Estado de la Comunidad Europea) es el primer grupo de países del mundo que implantó su sistema jurídico para regular este nicho de mercado. Las importaciones a la Unión Europea están reguladas por el Reglamento CEE No 2092/91 como un **estándar que se impone a los países miembros y también a los denominados países terceros que quieren exportar hacia los países miembros de la CEE**.

Los países terceros se los puede reconocer de dos formas, primero como países 11-1 a aquellos que figuran en la lista positiva de la comunidad europea para exportación de productos orgánicos. Estos países son en la actualidad: Suiza, Israel, República Checa, Australia, Argentina y Hungría.

El reglamento del Consejo (CEE) 2092/91 establece para estos países la aceptación de parte de la Comisión de un régimen de producción y control propuesto por el Gobierno de un país tercero, a través de su representación en la Comisión Europea.

La información que debe contener reglas equivalentes al reglamento 2092/91 con relación a normas de producción y a los sistemas y el método de inspección es enviada a la Comisión y examinada en el marco del Comité Permanente de Agricultura Orgánica para luego decidir considerando si el país en cuestión figura en la lista positiva de la comunidad europea autorizados para exportar. Esta lista, es publicada en el diario oficial de la Comunidad, entrega los datos de la autoridad o los organismos responsables del país que quiere exportar, encargados de la certificación y emisión de certificados de exportación también incluye autoridades u organismos de supervisión, así como productos autorizados para exportación.

Otra forma de reconocer a los países terceros es como países 11-6 que se aplica a los países no incluidos en la lista de países autorizados. Para este caso, un importador de un Estado Miembro introduce una demanda ante la autoridad competente del Estado Miembro, con el fin de importar un producto desde un país tercero demostrando que el producto cumple las reglas de producción e inspección ajustándose a la equivalencia de las reglas y medidas consideradas del Reglamento 2092/91, si eso se cumple El Estado Miembro informará a la Comisión y a los demás Estados Miembros para que puedan conocer las autorizaciones de importaciones de los otros Estados Miembros.

Los siguientes países del grupo 11-6 son: Argelia, Belice, Bolivia, Bulgaria, Burkina Faso, Burma, Burundi, Camerún, Canadá, Chile, Colombia, Comores, Costa Rica, República Dominicana, Egipto, El Salvador, Fiji, Gana, Guatemala, Guinea, Honduras, India,

Indonesia, Jamaica, Japón, Kenia, Madagascar, Malawi, Islas Mauricio, México, Moldavia, Marruecos, Nepal, Nueva Zelanda, Nicaragua, Papua Nueva Guinea, Paraguay, Perú, Polonia, Rumania, Federación Rusa, Senegal, Seychelles, República Eslovaca, Sudáfrica, Sri Lanka, Sudán, Liechtenstein, Tanzania, Tailandia, Togo, Tonga, Túnez, Turquía, Uganda, Estados Unidos, Uruguay, Venezuela, Zambia, Zimbabwe.

1.8. ASPECTOS COMERCIALES.-

Los tres mayores mercados mundiales de productos biológicos son EEUU, Europa y Japón, y en el año 2002 movieron un volumen de 24.000 millones de dólares.

Actualmente, la conciencia de la agricultura ecológica se desarrolla en toda Europa. La Organización Mundial del Comercio con sede en Ginebra, estima que hasta el 2005 el porcentaje de alimentos biológicos oscilará entre el 5 y el 10% en los mercados de los países desarrollados.

La perspectiva de consumo de los alimentos naturales es cada vez mayor. En toda Europa se observa un auge de los supermercados biológicos, la comercialización directa en las granjas y los servicios a domicilio. Incluso la gastronomía y las cadenas comerciales

C.I.B.

convencionales, han ampliado su oferta de productos biológicos de alta calidad.

Alrededor del mundo 193 países, se encuentran realizando agricultura orgánica en diferentes grados, los países avanzados por ejemplo, no solo siembran y venden productos orgánicos como insumos, comercializan productos procesados y además aumentaron en los últimos años sus hectáreas certificadas. Los países con una agricultura orgánica inicial son aquellos que recién están ingresando al boom de los orgánicos.

PRESENCIA Y ESTADO DE DESARROLLO DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA EN LAS DIFERENTES REGIONES DEL MUNDO.-

CUADRO No. 1

REGION	No. DE PAISES	No. DE PAISES CON AGRICULTURA ORGÁNICA		
		AVANZADA	INICIAL	TOTAL
Africa	54	6	26	**32**
Asia	41	10	16	**26**
Australia, Oceanía y Nueva Zelanda	14	2	3	**5**
Europa	45	23	17	**40**
México, América Latina y el Caribe	25	8	14	**22**
Resto de Latinoamérica	12	5	7	**12**
Norteaméarica	2	2	-	**2**
Total	**193**	**56**	**83**	**139**

Fuente: Haest (1999).

A nivel mundial, se estimaron aproximadamente 17 000 000 de has. de producción orgánica, asignados como lo muestras el siguiente cuadro.

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL ESTIMADA PARA EL AÑO 2001 DEL ÁREA DE MANEJO ORGÁNICA CERTIFICADA DE ACTIVIDADES AGROPECUARIAS.-

CUADRO No. 2

REGION	AREA BAJO PRODUCCION ORGANICA (HA)	PORCENTAJE
Oceanía	7.634.700	44,91
Europa	4.214.300	24,79
Latinoamérica	3.683.900	21,67
Norteamérica	1.314.100	7,73
Asia	93.500	0,55
Africa	59.500	0,35
TOTAL	**17.000.000**	**100,00**

Fuente: JAIME E. GARCIA (cuadro preparado por el autor con base en las estimaciones dadas por un estudio reciente de la Fundación Ecología y Agricultura (SÖL) de Bad Dürkhiem (Alemania) y el Instituto de Investigación en Agricultura Ecológica (FiBL) de Frick (Suiza), mencionadas en Agroenlinea (2002a)).

Europa es uno de los grandes consumidores de productos orgánicos a nivel mundial, un estudio que se hizo con algunos países europeos, mostró los siguientes resultados en cuanto a la proporción del mercado que tienen los orgánicos en Europa.

C.I.B.

PROPORCIÓN DE MERCADO.-

CUADRO No. 3

PAIS	VEGETAL	CEREAL	LACTEOS	PAPAS	FRUTA	VINO	CARNE DE VACUNO
Austria	s/i	90-98	30-40	95	100	s/i	10
Bélgica	100	90	75	100	100	s/i	60
Alemania	90	85	50	95	90	80	65
Dinamarca	95	100	80	95	90	s/i	75
España	90	100	100	s/i	90	s/i	80
Finlandia	98	60	60	80	60	s/i	s/i
Francia	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i
Gran Bretaña	100	s/i	95	100	100	80	80
Grecia	90	80	s/i	60	80	s/i	s/i
Irlanda	100	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i	s/i
Italia	70	80	70	70	70	90	90
Luxemburgo	100	90	15	100	100	s/i	80
Países Bajos	100	100	100	100	100	100	100
Portugal	100	10	s/i	s/i	100	s/i	s/i
Suecia	95	95	85	100	100	75-80	95
Suiza	95-100	100	41	95-100	100	80	60
Rep. Checa	50	32	8	s/i	27	s/i	0,4
Noruega	100	100	30	9,5	s/i	50	10

Fuente: adaptado de Michelsen y col (1999)
s/i: sin información

Los productos ecológicos u orgánicos, por lo general, tienen en el mercado un precio más alto que el de los productos tradicionales. Se ha tomado como ejemplo, Francia y Bélgica, que son países de Europa donde se consume actualmente productos orgánicos, en la siguiente tabla se pueden observar la diferenciación de precios de algunos productos tradicionales vs. orgánicos.

COMPARACIÓN DE PRECIOS.-

CUADRO No.4

	BÉLGICA			FRANCIA		
PRODUCTOS	PRECIO ORGÁNICO Euro/Kg	PRECIO TRADICIONAL Euro/Kg	DIF.	PRECIO ORGÁNICO Euro/Kg	PRECIO TRADICIONAL Euro/Kg	DIF.
Tomates	3,2	2,7	15,63	2,82	0,75	73,40
Znahorias	1,46	0,72	50,68	2,21	0,70	68,33
Aguacate	2,21	0,84	61,99	2,21	1,50	32,13
Papas	1,23	0,98	20,33	1,29	0,90	30,23
Cebolla	1,94	1,04	46,39	2,27	0,85	62,56
Ajo	6,85	4,86	29,05	9,07	4,55	49,83
Limones	2,23	1,71	23,32	2,82	2,15	23,76
Naranja	2,21	1,28	42,08	2,12	1,15	45,75
Toronja	1,22	0,58	52,46	2,17	1,35	37,79
Manzana Roja	2,21	1,28	42,08	3,5	1,45	58,57
Pollo Entero	7,42	2,36	68,19	11,58	7,92	31,61

Precios Referenciales del año 2001
Autores: Olga Abad y Olga Cortez

Debemos considerar que la demanda de los productos orgánicos está creciendo, se estima que la demanda de estos productos crece en un 20% anual, por lo que los precios existentes aún están influenciados por una gran demanda de productos y una escasa oferta de los mismos. Una vez que la oferta y la demanda se equilibren, seguramente los precios disminuirán estrechando así esta brecha.

Los productos ecológicos en el mercado internacional, se comercializan en supermercados, tiendas naturistas, al por mayor, ferias locales. Aunque hay países en los cuales los productos

orgánicos son comercializados sin distinciones (especificaciones del producto), por lo que son adquiridos por los consumidores a los mismos precios que los productos tradicionales, por lo general esto se da en mercados locales. Por ejemplo: en el caso del cacao ecuatoriano, localmente no se premia al producto por su calidad.

1.9. ASPECTOS DEL CONSUMO.-

Para el estudio del caso se están considerando a los tres mayores consumidores de productos orgánicos a nivel mundial que son: Europa, Estados Unidos y Japón.

EUROPA:

La preferencia por los productos orgánicos en Europa es mayor entre las personas menores de 35 años, en los hogares unipersonales y en aquellos con niños menores de 6 años. Son preferidos también por personas con mayor nivel cultural sin importar tanto su nivel de ingresos.

El consumo es más habitual en hogares que consumen más hortalizas, cereales y legumbres, y en cambio poca carne y poco azúcar.

Se buscan los productos orgánicos por las siguientes razones:

C.I.B.

- Confianza en el origen del producto.
- Sabor.
- Frescura.

ESTADOS UNIDOS:

En Estados Unidos se espera que para la década del 2000 al 2010 el mercado de consumidores crezca de un 20 a un 25%.

Los factores que se consideran en el consumo de productos orgánicos en Norteamérica son la edad, género e ingresos. Los padres de familia que tienen niños menores de 5 años se preocupan de comprar o escoger comida orgánica para bebes, lo que hace que este producto tenga una participación creciente en el mercado.

JAPON:

Japón es un importador de comida y también de mucha comida orgánica. Actualmente muchas industrias alimenticias en Japón han empezado a reemplazar los productos convencionales por productos orgánicos como soya, harina y frutas produciendo por ejemplo: salsa de soya orgánicas (salsa china).

Estos productos se encuentran en supermercados comunes. A partir del año 1995, se origina el boom de los orgánicos en Japón en las grandes empresas comercializadoras, pero en la actualidad la

comida orgánica se ha estabilizado en la industria japonesa y ya no es más un boom. Los profesionales como doctores, nutricionistas, chefs de restaurantes están recomendando que las personas consuman alimentos de calidad orgánica porque es bueno, por lo que la calidad orgánica en las comidas se esta volviendo muy importante en Japón.

En Latinoamérica y en los países en desarrollo y en Oceanía, el consumo de productos orgánicos es muy pequeño y por lo general exportan su producción orgánica a Europa, Estados Unidos y Japón. El consumo de productos orgánicos se encuentra afectado por las siguientes limitaciones:

- Un reducido número de puntos de venta.
- Dudas sobre la autenticidad del origen.
- Limitada gama de productos ofertados.
- En el caso de Estados Unidos aún hay resistencia por la diferencia de precios.

CAPITULO II. CACAO ORGÁNICO

2.1. PRODUCTO.-

Cacao de Ascendencia Nacional cultivado de forma orgánica o ecológica.

2.2. BOTÁNICA.-

MORFOLOGÍA

CUADRO 1

ORDEN	Malvales
FAMILIA	Esterculiáceas
TRIBU	Bitnerieas
GENERO	Theobroma
SECCION	Theobroma
ESPECIE	Cacao

fuente: www.ecuacocoa.com

El cacao es un árbol que en estado silvestre puede alcanzar entre 5 y 7 mts. de altura. Si se encuentra en una plantación, debido a los distanciamientos habitualmente utilizados no le permiten desarrollar su follaje, tal como lo haría en estado natural.

Desde su etapa de crecimiento hasta su estabilidad en producción el cacao requiere de un período que varía entre 7 y 10 años, y se estima que el tope de la curva de producción comercial rentable podría encontrarse a los 30 años edad de una plantación comercial. Se han observado árboles de entre 80 y 100 años que conservan su vigor productivo y plantaciones que con buen manejo técnico rebasan los 35 años.

SEMILLA.-

La semilla se la conoce como "haba", "grano", "pepa" o "almendra", la semilla que ha recibido los procesos de fermentación y secado se la llama **"haba"** o **"pepa"**, y cuando se encuentra en estado fresco, reciben el nombre de **"grano"** o **"almendra"** . El grano de cacao es una semilla que mide de 2 a 3 cm., está recubierta por una pulpa o mucílago de color de blanco y azucarado; bajo esta pulpa se encuentra una envoltura muy fina y resistente color rosado y nervada que es la cáscara del grano la misma que recubre los cotiledones que están fuertemente plegados y unidos en la base por la radícula que mide de 6 a 7 mm., con una gémula rudimentaria.

CARACTERES DESCRIPTIVOS DE LA SEMILLA.-

CUADRO 2

ANCHO	10 – 17 mm.
ESPESOR	7 – 12 mm.
PESO MEDIO SIN PULPA Y SIN TEGUMENTO	1.3 - 2.3 gr.
PESO SECO DEL HABA	0.9-1.5 gr. (24 horas en estufa)

fuente: www.ecuacocoa.com

SUSTANCIAS QUE CONTIENE EN PROMEDIO UNA PEPA DE CACAO SIN CÁSCARA (EN %).-

Cuadro 3

AGUA	5-6 %
SUSTANCIAS NITROGENADAS	14%
GRASAS	53%
ALMIDÓN	7-10%
TANINO	5-6%
ÁCIDOS ORGÁNICOS	2-3%
PENTOSANA (POLI AZÚCARES)	1.5%
FIBRAS BRUTAS	4%
CENIZA (MINERALES)	3%
FOSFATIAS (SUSTANCIAS SIMILARES A LA GRASA)	0.3-0.5%
TEOBROMINA	1-2%
CAFEÍNA	0.2%

fuente: www.ecuacocoa.com

RAIZ.-

La raíz aparece con la germinación de las semillas, la raíz principal crece hacia el centro de la tierra, mientras que en la base del hipocótilo nacen raicillas laterales dispuestas en series de 6 y crecen en forma horizontal.

La raíz principal es pivotante profunda en los cacaos de semillas, a los 4 meses puede alcanzar 40 cms. A los 5 años 80 cms., y empieza a emitir raíces laterales que se prolongan; a los 10 años se estabiliza el desarrollo de la planta, puede alcanzar hasta 1.50 mts. de profundidad y a veces hasta 2 mts. Las raíces laterales se desarrollan más en la parte superior (20 primeros cms.) donde puede alcanzar entre 5 y 6 mts. siendo precisamente la parte radicular más importante para el proceso nutricional de la planta, pues allí se encuentra la mayor cantidad de raicillas superficiales absorbentes, que son las encargadas de realizar esta labor. Es importante la profundidad que alcance la raíz principal, pues es el conducto por donde se realiza la mayor absorción de agua y en suelos donde la tabla es baja, este juega un papel preponderante.

TRONCO.-

El tronco aparece con las primeras hojas en la plántula, la yema terminal continua su crecimiento, con hojas largas pecioladas dispuestas en agrupamientos de 3x8, además en la base de las hojas (axilas) se forman una ó más yemas axilares. El desarrollo del talluelo continua y más ó menos a los 18 meses se detiene el crecimiento vertical (ortotrópico) para dar paso al desarrollo horizontal (plagiotrópico), esto es en el extremo del tallo se presentan 4 ó 5 yemas axilares dispuestas en verticilo que al desarrollarse dan lugar a la formación de la corona o molinete que generalmente la conforman 4 ó 5 ramas.

La altura que ha alcanzado el tronco hasta su primer molinete debe estar entre 1.20 y 1.50 mts.; inmediatamente formando el molinete, por debajo de este sale un nuevo brote ortotrópico que al igual que el primero se desarrolla hasta conformarse en su extremo una segunda corona u orqueta, pueden desarrollar 3 y 4 pisos.

FLORES Y FRUTAS.-

Las flores aparecen al principio de la época de lluvia y son polinizadas por insectos, sobre todo los de las familias *Forcipomyia y Lasioshelea*.

Las frutas de baya se desarrollan de las flores en 5-6 meses. La forma de la fruta del cacao, tiene aproximadamente, 25 cms. de largo, 8 -10 de diámetro, pesa entre 300 y 400 grs. La fruta

(mazorca) contiene 25-50 pepas de semilla en forma de almendra, de sabor amargo y dispuestas en 5-8 filas oblongas, una junta a la otra.

ECOLOGIA Y FISIOLOGIA.-

La ecología está íntimamente relacionada con la fisiología del árbol dando resultado que la producción sea o no permanente y remunerativa; el aspecto ecológico lo determinan el clima y el suelo, así los factores climáticos influyen directa o indirectamente en el proceso fisiológico de la planta, destacando:

- Temperatura
- Pluviosidad
- Luminosidad
- Altura sobre el nivel del mar humedad relativa

TEMPERATURA.-

Dependiendo de la localidad, el cacao puede crecer económicamente en lugares donde la temperatura se encuentre entre 15° C a 15.5° C. Las temperaturas muy altas pueden afectar momentáneamente el funcionamiento de cualquiera de los órganos del árbol, pero si se tiene en cuenta que es un cultivo que permanece a la sombra en donde las altas temperaturas provenientes del contracto directo de los rayos solares con los

árboles se disminuye considerablemente, se puede afirmar que no hay límite para esas temperaturas.

En muchos de los lugares donde mejor se produce cacao, la temperatura media fluctúa entre 25° C y 26° C; pero se pueden encontrar plantaciones comerciales con buenos rendimientos en lugares cuyo promedio es de 23° C. El "límite" medio anual de temperatura es de 21° C ya que es difícil cultivar cacao por debajo de este valor.

Las temperaturas influyen sobre algunos procesos como son la formación de flores y madurez del fruto. El tiempo de maduración de los frutos varía con la temperatura, ya que cuando los frutos maduran en los meses cálidos, tardan entre 140 y 175 días, pero cuando los meses son fríos y frescos tardan de 167 a 205 días.

Las diferencias de temperatura afectan la apertura de las yemas y de los brotes foliares. Se estima que una diferencia de 9° C entre las temperaturas máxima y mínima durante las medias mensuales, provoca la aparición de un brote. La temperatura, también puede influenciar el desarrollo de algunas enfermedades como pudrición negra, cuya diseminación y ataque se hacen muy severos cuando la temperatura baja de 15.5° C.

PLUVIOSIDAD.-

En la mayoría de las regiones cacaoteras, la cantidad de lluvia excede la evapotranspiración, por lo que el agua debe ser eliminada por otros medios (drenajes). Si los suelos no tienen suficiente drenaje, la planta puede sufrir algunos daños que reducen considerablemente su producción. Por otro lado el cultivo de cacao es sensible a la falta de agua ya que los estomas de las hojas se cierran aún con pequeños cambios (3.3%) en su contenido de agua. El cierre de los estomas induce a una rápida disminución del poder fotosintético de las hojas, y por consiguiente afecta a la capacidad productiva de la planta. Si la falta de agua es persistente, la muerte de los tejidos o quema sobreviene rápidamente con la caída y muerte de las hojas.

LUMINOSIDAD.-

Las relaciones de luz en el cacao, pueden reconsiderarse en 2 aspectos **efectos termales** que están íntimamente relacionados con el crecimiento de los tejidos de la planta, la actividad metabólica y la transpiración y **efectos de iluminación** que tienen relación con la fotosíntesis, el movimiento de estomas y la expansión de las células de ciertos tejidos.

Considerados estos aspectos, el grado de luz que debe recibir una plantación de cacao está en estrecha relación con la disponibilidad

de agua y nutrientes presentes en el suelo, pues de acuerdo al grado de luminosidad, será mayor o menor la intensidad de los procesos que realice la planta, los rangos lumínicos deben encontrarse entre las 2000 y 2500 horas luz año.

ALTURA SOBRE EL NIVEL DEL MAR.-

Tiene relación con la temperatura, la cual disminuye 20° C por cada 300 mts. de altura, esto indica que el cacao puede cultivarse comercialmente hasta los 600 m.s.n.m. aunque sobre esto existen excepciones como la del Valle del Cauca en Colombia cuya altitud llega a los 1000 mts. y el Valle del Chama en Venezuela con 1250 mts., la diferencia de estos lugares es que la temperatura es ligeramente superior a 21° C, que es el rango para cacao.

HUMEDAD RELATIVA.-

El ambiente preferido por el cacao es aquel donde la humedad relativa, predominante es alta, pues permite disminuir la evapotranspiración, esto es la pérdida de agua de la planta en estado de vapor por efectos de transpiración lo cual ocurre fácilmente cuando la humedad ambiental es baja y por el contrario la temperatura es alta; en nuestro país, la variación de este factor está comprendido entre 82% y 86 %.

2.3. ASPECTOS DEL CULTIVO.-

2.3.1. EXIGENCIAS DEL EMPLAZAMIENTO.-

Dentro de un bosque primario el cacao está ubicado en la llamada parte baja del sistema y asociados con diferentes variedades de palmeras y una gran diversidad de especies de árboles, por ejemplo con especies de la parte alta del bosque húmedo, sobretodo con los que tienen las copas más altas y que pierden sus hojas durante los meses con días más cortos. Mediante esta asociación penetra más luz en las partes bajas, hecho que fomenta la inducción a la florescencia, al mismo tiempo las hojas que caen promueven el enriquecimiento del suelo formando una capa de material orgánico.

Para los cultivos las precipitaciones regulares de 1.250 mm/año son suficientes. Los períodos de sequía cortos se pueden compensar con cielos fuertemente nublados y alta humedad ambiental. La temperatura media anual debe ser aproximadamente 25° C. En algunas regiones con épocas de lluvias muy marcadas y fuertes variaciones de temperatura durante el año, los períodos de cosecha abarcan pocos meses del año. En regiones que tienen clima equilibrado y escasa variación de temperaturas y precipitaciones, el cacao da frutos durante todo el año.

Los suelos de las plantaciones de cacao deben ser profundos, tener un buen drenaje y una buena capacidad de almacenamiento de

agua. El factor PH oscilará entre 4 y 7.5 debiéndose garantizar una cantidad suficiente de material orgánico.

Las existencias naturales de cacao rejuvenecen mediante brotes laterales que pueden aparecer a cualquier nivel del tronco. La reproducción natural generativa se efectúa por medio de semillas de cuya diseminación se hacen cargo diversos tipos de roedores y monos.

2.4. MÉTODOS DE CULTIVO.-

En la elección del emplazamiento para plantaciones nuevas se recomienda en lo posible tomar en cuenta las condiciones naturales que caracterizan el hábitat del cacao. Ideales son los terrenos de aluvión libres de humedad por aguas estancadas. Son también adecuados los sitios que están cerca de aguas y cuencas. Son sitios inapropiados, colinas y pendientes convexas.
(Ver en anexos modelos de plantaciones de cacao).

2.5. APLICACIÓN DE NUTRIENTES Y FERTILIZANTES.-

Los datos sobre pérdidas de nutrientes y recomendaciones sobre fertilizantes en los cultivos convencionales varían mucho:

PÉRDIDA ANUAL DE NUTRIENTES DEL SUELO EN FUNCIÓN DE UN RENDIMIENTO DE 1000 KG/HA.

CUADRO 4

	Nitrógeno (N) (Kg)	Fósforo (P) (Kg)	Potasio (K) (Kg)
SEMILLAS	23,2	6	19,6
CÁSCARAS	19,6	2	44,5
TOTAL	42,8	8	64,1

fuente: www.ecuacocoa.com

OTRAS FUENTES INDICAN LAS SIGUIENTES PÉRDIDAS EN FUNCIÓN DE 1000 KG. DE RENDIMIENTO POR HA (KG.)

CUADRO 5

	Nitrógeno (N) (Kg)	Fósforo (P) (Kg)	Potasio (K) (Kg)
Rendimiento (por 1000 Kg de semilla)	20	4	10

fuente: www.ecuacocoa.com

Para una explotación con producción rentable sería suficiente fomentar la descomposición de material orgánico resultante de los trabajos de cuidado, siempre que tenga un sistema estratificado (de diferentes niveles), diverso y que tenga alta densidad vegetativa.

Las cáscaras resultantes de la cosecha se quedarán en la plantación. Las frutas se abrirán en la misma plantación y las cáscaras se dispersarán uniformemente en toda la plantación. Las frutas cosechadas en una parcela se apilonan formando montones uniformes, una vez abiertas rinde aprox. 50 Kg. de cacao fresco. Cada vez que se de una pasada de cosecha, las frutas de cacao se amontonarán y abrirán en otro lugar, y así sucesivamente.

Muchas especies de palmeras, mediante la simbiosis de mycorrhiza, tienen tal la capacidad de desintegrar fósforo activo y de fijar metales pesados en el suelo que su absorción por parte de las plantas de cacao se reduce.

26. CONTROL FITOSANITARIO.-

2.6.1. ENFERMEDADES Y PLAGAS.-

ENFERMEDADES.-

La mayoría de las enfermedades se originan por:

- Monocultivos con pocas especies y árboles de sombra (en los cultivos convencionales se recomiendan 25 – 40 árboles / ha y mayormente de una sola especie).

- Ignorar la sucesión de los sistemas forestales. Por ejemplo: las plantaciones de cacao bajo árboles de sombra que provienen de especies de bosques secundarios (mayormente Inga ssp., Gliricidia sepium y otros) demuestran una alta sensibilidad a contraer enfermedades y plagas. El cacao soporta perfectamente a los árboles viejos de bosques primarios que se encuentran sobre ella, y no a los de bosques secundarios.

- Espacios insuficientes entre especies que tienen el mismo status dentro del sistema; raleo de sombra deficiente en el agroecosistema.

- Suelos pobres y degenerados; déficit de material orgánico.

- Emplazamientos inadecuados (unos tienen humedad estancada, otros son demasiado secos, otros tienen poca profundidad de radicación).

En muchos casos el único control efectivo supondría el mejoramiento del sistema completo. Las alternativas serían una fuerte poda de los árboles junto con la integración de especies nuevas, o el recorte completo, es decir, los troncos se reducirán a un tocón de altura aproximada de 0,40m. De los brotes que crecerán

del tocón se dejarán 1 – 3. Abriendo la plantación se podrían integrar muchas especies nuevas.

En el Ecuador las principales enfermedades más comunes que sufren los cultivos de cacao son la Monilia y la Escoba de Bruja.

PLAGAS.-

Las plagas más frecuentes son:

- Chinches de hoja y corteza (Sahlbergella singularis, Distantiella Theobroma, especies Helopeltis)
- Chinche de cacao (Monlonium spp.)
- Thrips (Selenothrips rubrocinatus, Heiliothrps rubrosinctus)
- Hormigas parasol (Atta ssp.)

Las pérdidas por efectos de chinches de hoja, de corteza y de cacao son enormes en todo el mundo, se producen sobre todo porque estas "plagas" chupan la fruta del cacao en todas las etapas de su crecimiento. Según la gravedad del ataque la fruta muere. Se puede recomendar como medida inmediata para salvar la cosecha la fumigación con una solución alcalina de jabón de 3% (es una solución para controlar variedades de Monalonium). Además se pueden emplear todas las sustancias que las normas para el cultivo de cacao orgánico permiten.

2.6.2. CULTIVO Y EL CUIDADO DE LAS PLANTAS EXISTENTES.-

Durante los primeros tres años el cuidado consiste casi exclusivamente en el control selectivo de malezas, es decir, en sacar los pastos y cortar las hierbas en flor y emplear ambos como rastrojo de cobertura. Los árboles que no pierden sus hojas como por ejemplo: Inga ssp. serán fuertemente podados para lograr un mejor raleo de sombras y así poder inducirla florecencia de cacao (aprox. 6 meses antes de inicio de la cosecha principal). El material orgánico obtenido con esta medida será cuidadosamente desmenuzado y repartido uniformemente en toda la superficie. Tanto en las partes de la planta como frutas que estén enfermas se retirarán durante la cosecha. Aprovechando los trabajos de raleo de sombra se efectuará leve poda de los árboles de cacao ó en su defecto se eliminarán aquellos árboles (que hayan sido sembrados directamente) que hasta el momento hayan tenido un débil desarrollo.

2.7. COSECHA Y TRATAMIENTO POST-COSECHA.-

COSECHA DEL CACAO.-

Cuando el manejo que ha recibido el huerto cacaotero, ha sido adecuado, los resultados siempre serán abundantes cosechas.

Es importante en la cosecha del cacao, coger solo las mazorcas maduras, por tanto no deben cosecharse mazorcas que no hayan alcanzado su grado normal de madurez.

Al cortar la mazorca del árbol no debe destruirse el cojinete, por cuanto la próxima cosecha dará más frutos.

En la recolección de mazorcas, las que están maduras y sanas no se deben mezclar con deformes y enfermas.

Al partir las mazorcas, el corte debe ser un tanto superficial para no dañar las almendras y consecuentemente no desmejorar la calidad.

Las cáscaras de las mazorcas, deben quedar regadas por la plantación pues ellas son frecuentadas por los insectos polinizadores del cacao, aumentándose su porcentaje.

El cacao sano se lo debe tratar a parte del cacao enfermo y se le extraer el mucílago, previo al proceso de fermentación.

FERMENTACIÓN.-

Es la etapa en que se forman los elementos que le dan al cacao sabor y aroma al chocolate. La fermentación del cacao se produce en dos etapas:

1.- Fermentación externa, que ocurre con la muerte del embrión, esto es al terminar el segundo día, este proceso se da con temperaturas de 44° a 45°C.

2.- Fermentación interna, ocurre al formarse los precursores del sabor y termina al cuarto día de iniciada la fermentación, con el descenso violento de la temperatura.

FACTORES DE LA FERMENTACIÓN.-

- Tipo de Cacao, influyen el número de días que requieren para fermentar: El cacao de ascendencia nacional que requiere de dos días mientras que el cacao venezolano y/o trinitario requiere de cuatro o cinco días.

- Aireación, es necesario para que la fermentación sea uniforme por lo tanto debe proporcionársela removiendo la masa.

• Cantidad de Cacao a Fermentar, el volumen normal para la fermentación se encuentra entre 60 – 200 lbs.

• Métodos para determinar el grado de fermentación:

- Color de almendra
- Observaciones directas olor
- Calor en la masa
- Grado de humedad

SISTEMAS DE FERMENTACIÓN.-

Sistema de Montón.- Se saca el "maguey" y luego se hace el montón tratando de darle la mayor altura posible luego se lo cubre con hojas de Bijao para evitar la fuga de calor y se lo destapa cada 24 horas para voltearlo y obtener un proceso normal, inmediatamente se lo vuelve a tapar y así hasta cumplir los cuatros días en que el cacao se encuentra correctamente fermentado.

Sistema de Cajas.- Se puede utilizar madera como el Pino o el Laurel, en el fondo deben quedar ranuras de **O**, entre tablillas de 3 cm. de ancho por estas ranuras ocurre el desbabe o drenaje, las cajas pueden ser de 60 cm. a 80 cm. de altura y el largo x ancho, según la cantidad de cacao a fermentar.

Sistema de Cestos.- Para ello se utiliza cualquier tipo de bejuco siendo el sistema igual al anterior, el volteo se lo hace cada 24 horas, pero debe tomarse la precaución de cubrir el interior del cesto con hojas de bijao, para evitar la fuga del calor.

Secado.-

Secado Natural.- se lo hace aprovechando el calor solar, para lo cual se utiliza tradicionalmente tendales de caña o cemento, donde se lo mantiene al producto hasta que alcance su grado óptimo de secado.

El cacao seco para poderlo comercializar debe presentar las siguientes características: Un grado de humedad entre 5 y 8% que se considera normal, esto con un rendimiento del 40 al 43%, o sea que de 100 libras de cacao húmedo se obtenga 43 libras de cacao seco listo para comercializarse.

Secado Artificial.- Este se lo hace mediante el uso de secadoras y por lo general esto ocurre en zonas donde no es posible hacer el secado natural debido a la baja presencia de luz solar.

Así mismo, las condiciones que se obtienen con el secado artificial, no son las mismas que proporcionan el secado natural, pero garantizan un secado rápido del producto.

ALMACENAMIENTO DEL CACAO.-

La forma en que se debe almacenar el cacao depende del clima que tenga la región:

- En las regiones de clima moderado el cacao se puede almacenar sin mayores problemas durante años.

- En las regiones tropicales húmedas, al contrario se producen rápidamente afección de parásitos y mohos debido a las altas temperaturas y la gran humedad.

El cacao es un producto higroscópico, por lo que puede ser que el producto se exponga en regiones con 80 – 90% de humedad ambiente después de unas cuantas semanas vuelva a acusar un contenido hídrico de más de 10% perdiendo de esta manera su almacenidad. El factor crítico de almacenidad es de 8%.

EQUILIBRIO DE HUMEDAD EN ALMENDRAS SECAS EN % EN FUNCIÓN DE LA HUMEDAD AMBIENTAL.-

CUADRO 6

Humedad ambiental relativa	contenido de humedad de las almendras de cacao
75	7,3
80	7,7
85	8,7
90	11,6
95	15,5

fuente: www.ecuacocoa.com

EMBALAJE.-

El cacao se embalará en sacos que permitan su ventilación, estos sacos se almacenarán uno sobre otro sobre tarimas o tablones de madera durante poco tiempo en la región de producción. El uso de sacos de material orgánico (yute), se evitarán si los sacos que fueron tratados con pesticidas.

La mantequilla que hay en la cáscara del cacao es un excelente medio de disolución para los hidrocarburos clorados que al entrar en contacto con la cáscara se introducen en las semillas del cacao.

En los análisis que se realicen en tales cacaos se pueden sobrepasar sin mayor cuidado los factores límite para determinadas sustancias agro-venenosas, sin que antes se hayan utilizado pesticidas en los cultivos.

Los espacios de almacenaje estarán bien ventilados. La temperatura del almacén en ningún caso sobrepasará la temperatura del exterior.

En la agricultura orgánica no se permite ni el tratamiento con gases ni la aplicación de insecticidas a los espacios de almacenamiento.

El almacenaje de las almendras se lo debe realizar de la siguiente forma:

- En lugares oscuros, secos, bien ventilados y a bajas temperaturas
- A corto plazo: a temperaturas medias de 16°C y humedad relativa de 55%
- A largo plazo: a temperaturas medias de 11°C y humedad relativa de 55%

En el caso de que se depositen tanto producto convencional como de calidad ecológica en un solo almacén (almacén mixto), ambos productos se marcarán de tal forma que se suscite ninguna

equivocación con los mismos. Ello se logrará mejor adoptando las siguientes medidas:

- Someter al personal a cursillos de información y capacitación
- Marcar claramente los muebles y espacios de almacenaje (silos, paletas de transporte, etc.)
- Acentuar el uso de diferentes colores en los espacios.
- Controlar el flujo de mercancías por separado.

Está prohibido el uso de productos químicos en el cuidado y protección de almacenes mixtos. Se deberá evitar, en lo posible, que tanto productos ecológicos como convencionales se almacenen en un solo depósito.

28.- SUSTANCIAS DAÑINAS.-

METALES PESADOS.-

La planta de cacao absorbe ligeramente los metales pesados que existen por naturaleza en los suelos y los concentra en las semillas grasosas.

INSECTICIDAS.-

En muchas regiones de cultivo de cacao se emplearon hidrocarburos clorados como el DDT en el control de plagas durante los años 60 y 70. Como consecuencia, en muestras de cacao provenientes de plantaciones que hace años e incluso décadas dejaron de emplear estas sustancias, se pueden detectar todavía los efectos de tales elementos. Hasta hace pocos años el DDT se llegó a utilizar en muchos países para controlar la malaria (actualmente algunos países los siguen utilizando). Las brigadas de salud, responsables de fumigar, no respetan los alimentos ni los depósitos donde éstos se almacenan. En estos casos los productores orgánicos deben mucho cuidado, si es necesarios deberán almacenar sus cosechas fuera de la áreas habitadas, pues en muchas regiones el rechazo de la fumigación es sancionado.

MICROORGANISMOS.-

Como en la elaboración de productos de cacao existe peligro de contaminación con microorganismos, se deben tomar medidas. Según el reglamento (suizo de 1995), sobre exigencias higiénico-microbilógicas para alimentos, objetos de uso corriente, ambientes, equipos y personal, los coeficientes de tolerancia para chocolate sin relleno, chocolate en polvo y el cacao en polvo son los siguientes:

- Gérmenes aerobios 100.000/g

- Enterobacteriaceas 100/g

- Levaduras 1.000/g

- Mohos 100/g

2.9. ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO, NORMAS Y EXIGENCIAS DE CALIDAD.-

Las características de calidad del cacao de primera calidad:

- Mínimo 70% de pepas bien fermentadas.
- Humedad menos de 8%.
- No acusará ningún olor atípico como a mohos o humo.

En el **cacao de primera calidad** se suele tolerar:

- Máximo 3% de pepas de cacao con mohos visibles.
- Máximo 3% de pepas sin fermentar.
- Máximo 3% de pepas con plagas, germinadas o muy pequeñas.

C.I.B.

En el **cacao de segunda calidad** se tolera:

- 5% de pepas con mohos visibles.
- 5% de pepas sin fermentar.
- 5% de pepas con plagas, germinadas o muy pequeñas.

La calidad se determina mediante la llamada prueba de corte. Se toma una muestra de 300 pepas de cacao, cada una se divide en dos mitades cortadas a lo largo, luego las pepas se clasifican según los criterios antes mencionados.

Se pretenderán obtener pepas que tengan un peso mínimo de 1 g., en lo posible con un mínimo de cáscara y un máximo de grasa de cacao. Estos tamaños, dependen no sólo de la variedad sino también de los suelos y las condiciones climáticas. (Ver cuadro en el anexo).

2.10. SUPERFICIE CULTIVADA DE CACAO vs. SUPERFICIE CULTIVADA DE CACAO ORGÁNICO CERTIFICADO EN ECUADOR.-

SUPERFICIE DE CULTIVOS DE CACAO EN ECUADOR

Cuadro7

Regiones y provincias	2000		
	CULTIVO SOLO	CULTIVO ASOCIADO	TOTAL
SIERRA	**19.067**	**36.865**	**55.932**
AZUAY	2.577	708	3.285
BOLIVAR	3.396	14.588	17.984
CAÑAR	4.017	403	4.420
CARCHI	-	-	-
COTOPAXI	3.179	8.953	12.132
CHIMBORAZO	-	884	884
IMBABURA	-	-	-
LOJA	130	152	282
PICHINCHA	5.768	11.177	16.945
TUNGURAHUA	-	-	-
COSTA	**205.414**	**144.728**	**350.142**
EL ORO	18.511	2.627	21.138
ESMERALDAS	24.527	30.460	54.987
GUAYAS	51.227	21.084	72.311
LOS RIOS	58.572	42.134	100.706
MANABI	52.577	48.423	101.000
ORIENTE	**9.374**	**6.339**	**15.713**
M. SANTIAGO	876	633	1.509
NAPO	2.930	1.317	4.247
PASTAZA	459	540	999
Z. CHINCHIPE	459	747	1.206
SUCUMBIOS	2.304	1.883	4.187
ORELLANA	2.346	1.219	3.565
GALÁPAGOS	-	-	-
ZONAS NO ASIGNADAS	**9.204**	**2.987**	**12.191**
LAS GOLONDRINAS	68	-	**68**
LA CONCORDIA	1.323	1.017	**2.340**
MANGA DEL CURA	6.323	1.970	**8.293**
EL PIEDRERO	1.490	-	**1.490**
TOTAL	**243.059**	**190.919**	**433.978**

FUENTE: III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO AÑO 2000
Autores: Olga Abad y Olga Cortez

C.I.B.

En el Ecuador actualmente hay 4.041 has. (aproximadamente) de cacao orgánico certificadas.

ÁREA DE CULTIVOS DE CACAO ORGÁNICO EN ECUADOR.-

CUADRO 8

Provincia	Hectáreas
Guayas	1.246
Los Rios	1.038
El Oro	615
Bolivar	342
Manabí	500
La Troncal	300
TOTAL	4.041

Autores: Olga Abad y Olga Cortez

Como se puede observar en el cuadro, la mayor parte de hectáreas certificadas se encuentran en las provincias de Guayas y Los Ríos.

El cuadro anteriormente expuesto fue realizado con datos obtenidos hasta finales del mes de agosto. Actualmente (enero del 2003), las hectáreas certificadas de cacao orgánico han aumentado a 4.800 aproximadamente.

Lo que nos muestra que los productores de cacao siguen interesados en certificar su producción.

CAPITULO III. CASO DE ESTUDIO: LAS PRIMERAS EXPORTACIONES DE CACAO ORGÁNICO HACIA EUROPA

En el Ecuador el proceso de certificación para el cacao como producto orgánico tuvo sus inicios en el año 1999. La Unión nacional de cacaoteros (UNOCACE) formada por 17 organizaciones campesinas en las que agrupaba 520 agricultores comenzó este proceso después de finalizar el proyecto Reactivación de la Producción y Mejora de la Calidad del Cacao en Ecuador (Convenio Ecu -B7-3010/93/176) financiado por la Unión Europea; en el que también formaban parte el gobierno de Francia y el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador que tenían como objetivo renovar la mejora de calidad del cacao de ascendencia nacional.

Uno de los 3 programas que abarcaba el proyecto era la creación del UNOCACE para asegurar la exportación directa del cacao aromática "Arriba".

A través de los directores del proyecto, se inició contacto con la empresa chocolatera francesa KAOKA buscando negociar directamente con el cliente industrial obviando los brokers. KAOKA ha importado cacao orgánico de Malasia, Banuato (Isla Australiana), África, Centroamérica. A partir de abril del año 2000 el representante KAOKA, André Debert junto que Ing. Giles Roche, visitó en varias ocasiones las plantaciones para determinar la posibilidad de comercializar el cacao de ascendencia nacional certificado como orgánico.

El proceso comenzó en octubre del año 2000. En abril del año 2001 se reúnen en las instalaciones de UNOCACE (5to. Piso del Ministerio de Agricultura y Ganadería, Fundación País) los señores: André Debert y el Ingeniero Giles Roche, representando a la empresa chocolatera KAOKA; los Ings. Agrs. Freddy Cabello, César Mantilla, representando a UNOCACE y los representantes de la organizaciones cacaoteras.

En esta reunión, se realizó una pequeña encuesta a los productores, preguntando datos generales (nombre del productor, nombre de la asociación, extensión del cultivo, productos que cultivan, uso de químicos etc.), aquí trabajan 243 agricultores, en mayo del mismo año se dieron a conocer los resultados de dichas encuestas, eligiendo y rechazando a ciertos productores (debido al uso de químicos), entre los meses de julio y agosto, se visitaron las siguientes organizaciones:

- Zona alta de Ventanas: Rosario, Unión y Progreso, La Leonera.
- Zona de Milagro: El Deseo, 2 de Mayo
- Zona de Bolívar: San José del Tambo .
- Zona del Empalme: Buena Suerte.
- Zona de Mocache: La Cruz.
- Zona de la provincia del Oro: El Progreso.
- Zona de Tenguel: Voluntad de Dios.

En noviembre se realiza una última inspección 6 organizaciones calificaron, en las que 161 plantaciones fueron certificadas, estas son:

- Zona alta de Ventanas: La Leonera.
- Zona de Milagro: El Deseo, 2 de Mayo (fueron tomadas como una sola)
- Zona del Empalme: Buena Suerte.
- Zona de Mocache: La Cruz
- Zona de la provincia del Oro: El Progreso.
- Zona de Tenguel: Voluntad de Dios.

Estás organizaciones se encuentran ubicadas en lugares estratégicos alejadas del contagio de fumigaciones de otros cultivos como bananeras y otros sembríos; realizan un mejor trabajo en equipo; están más organizados para la comercialización y son más accesibles al cambio, 49 quedaron pendientes para certificar y 33 en proceso de transición. El proceso de certificación y producción alcanzó 2.190 Hectáreas.

Agricultores particulares cercanos a la organización también forman parte. En Noviembre del año 2001 se realizó la visita de inspección para finalmente realizar la 1° exportación el 29 de Abril del 2002. Actualmente se van a realizar visitas 2 veces al año para controlar el cumplimiento del manejo de las plantaciones, adicionalmente el control lo lleva la compañía certificadora europea ECOCERT.

Normalmente un proceso de certificación que abarca desde la producción hasta la exportación dura 3 años pero con el antecedente del proyecto de la renovación de las plantaciones, el proceso se acortó a 2 años debido a que desde hace 5 años las plantaciones se manejaban prácticamente de manera tradicional sin químicos; controlaban las malezas con tareas manuales y no empleaban fertilizantes, debido a la escasez de recursos por parte de los pequeños agricultores para tecnificar sus plantaciones.

Ciertos productores se vieron impedidos de participar en el proceso debido a que incumplían con ciertas reglas como aplicar Urea u otro químico en las plantaciones, o poseían cultivos alternos de maíz o arroz cerca de cultivos de cacao expuesto a fumigaciones, por ello de los 243 productores, 49 quedaron pendientes (para certificar 445 Has.), 33 se encuentran en proceso de transición (de certificar 312 Has.) en el transcurso de 1 o 2 años y 161 productores lograron certificar (1.441 Has).

Durante el presente año (2002) las certificaciones empezaron el 29 de Julio con la participación de 111 productores más, comprendiendo las organizaciones que quedaron pendientes que agrupan 1.114 Has. y agricultores que se han ido anexando por Ejemplo.: En la Asociación "El Deseo" en la zona de Milagro que agrupaba 40 productores que lograron la certificación actualmente 30 productores más pertene-cientes a la asociación se anexaron en el presente año debido a la rentabilidad de este modo de producción.

También se han anexado productores de la Asociación San José del Tambo (Zona de Bolívar) y El Rosario (Zona alta de Ventanas).

El proceso de producción lleva un control interno por parte de UNOCACE de acuerdo a un modelo del cual se logra un cumplimiento con la certificadora. El control comprende los siguientes 3 aspectos: **Incentivar al socio, la asistencia técnica y mantener el contacto comercial**.

El cacao enviado debe cumplir con ciertas normas, residualidad (químicos de otras plantaciones) del producto que si llegan a existir se puede suspender la exportación. El control interno debe dar resultados para proceder con la certificación y lograr la exportación. A nivel técnico los obstáculos han sido nulos en comparación con otros productos orgánicos de exportación de nuestro país como en el caso del banano orgánico que ha llevado una compleja transición. El principal obstáculo ha sido la resistencia al cambio por parte de los productores para cultivar un cacao de calidad, la causa ha sido la inexistencia de un diferencial de precios por ello cultivando con o sin calidad el productor obtenía el mismo ingreso.

Persuadir a los productores ha sido muy difícil para que maneje eficientemente su plantación a cambio de recibir de 8 a 10 dólares sobre el precio. Los productores han cultivado hasta nuestros días de modo tradicional (por lo que el cacao ecuatoriano es prácticamente orgánico, pero sin certificación), pero con una labor

post cosecha deficiente cuando se mezclan las semillas sin separar la calidad.

El producto en estas condiciones llegaba al exportador siguiendo la cadena de comercialización por medio del intermediario. Los productores se resisten a trabajar con calidad principalmente porque esto retrasa sus ingresos en 7 u 8 días, de otro modo en 2 días obtienen ingresos por un cacao de baja calidad.

Para trabajar logrando la calidad las plantaciones deben ser visitadas una vez al mes por un técnico, obtener de la cosecha solamente mazorcas maduras y desechar las mazorcas enfermas, de acuerdo a la norma establecida, la labor de fermentación se realiza en un período 4 días al igual que en la labor de secado.

Dentro del proceso de producción orgánica existe un plan de fertilización y capacitación a los socios dentro de ese control interno se han logrado convenios con instituciones para financiamiento de capacitaciones con el INCA (Institución de capacitación campesina agropecuaria) se han obtenido recursos para que la Fundación País capacite en los aspectos técnico, mercadeo, comercialización y desarrollo empresarial el manejo de productos orgánicos.

El precio del cacao orgánico se encuentra sobre el precio del cacao convencional, cotizado en la bolsa de New York, al precio de bolsa se le da un premio de entre $400 y $500 la tonelada.

Para este caso UNOCACE llegó a un convenio con su cliente, la empresa KAOKA: el cliente asume los costos de certificación y UNOCACE recibe un premio de $200 (Si el precio es mayor a USD $ 1 250) y un premio de $250 (si el precio es menor o igual a USD $ 1 250). Si no se hubiera llegado a este acuerdo Unocace hubiera tenido que asumir la certificación e invertir $15 000 en el año 2001, $10.000 más en el 2002.

Actualmente sus volúmenes de producción han sido bajos debido a que aún hay pocos productores de cacao orgánicos (certificados), se espera que para este año se incremente el número de productores.

Unocace comercializa su cacao, con la calidad de ASE y el peso de un cacao ASS, y el precio del ASS, es decir con el precio de un cacao de calidad intermedia y a este valor se le agrega el premio pactado.

Para establecer el precio de venta el vendedor (UNOCACE) toma como precio referencial los precios del cacao fijados en la bolsa de New York, en el periodo de una semana, obtiene un precio promedio y con el negocia el cacao con lo productores y con el importador por ejemplo: semana del 29 de Agosto al 5 de Septiembre el precio promedio: USD $. 2,064.00, con este precio trabajará la semana del 6 de Septiembre al 13 de Septiembre.

De esta manera se elimina el sistema de precios especulativos.

C.I.B.

El 28 de Agosto del 2002 se realizó la cuarta exportación con un volumen de 12.5 toneladas. Para septiembre se espera exportar 3 contenedores con un volumen total de 37.5 toneladas, la meta es enviar de 2 a 3 contenedores mensualmente.

El contrato con la empresa KAOKA es por 5 años a partir de abril del 2002. Asegurando el mercado por 5 años a precios altos o bajos se va a vender la producción en su totalidad, culminado el periodo se analiza la posibilidad de que KAOKA siga asumiendo los costos de certificación y se mantengan las relaciones comerciales con KAOKA, aunque se siga ganando un diferencial menor al que establece el mercado o de lo contrario asumir los gastos de certificación y negociar directamente el cacao orgánico con otros clientes y buscando nuevos mercados para ganar un mayor diferencial en el precio.

Otras organizaciones y productores independientes, han certificado por su cuenta, es decir han corrido con los gastos de certificación, y no buscaron un mercado antes de realizar la misma, por lo que se les ha hecho muy difícil comercializar su producto en el extranjero y tienen que vender su cacao en el mercado local, esto se da por la desconfianza que el cliente extranjero tiene por no conocer la forma de trabajo de estos productores.

Existe la tendencia a producir mayor volumen de cacao orgánico y otros productos de exportación tradicionales y no tradicionales, ya que la demanda en los mercados europeos es creciente. Por lo que

certificadoras internacionales están colocando representantes en países productores como en el Ecuador. Para marzo del año 2003 La CORPEI dentro de su presupuesto llevará un Plan de difusión para los productores.

ADENDUM

La UNOCACE para realizar sus exportaciones a Europa realiza los siguientes trámites y presenta la siguiente documentación:

- GERENTE (UNOCACE)

1.- Realiza el negocio con el importador
2.- Ordena preparar lote de cacao
3.- Ordena se proceda con trámite de exportación

- CONTADOR

4.- Contacta el afianzador de aduanas
5.- Envía fax a Anecacao para inspección de cacao
6.- Ejecuta proceso de verificación de calidad
7.- Envía lote de cacao al puerto
8.- Adjunta factura a la documentación de exportación
9.- Envía la documentación por correo al cliente

Para iniciar la tramitación de una exportación de cacao se necesita tener y presentar la siguiente documentación:

- Factura comercial o de Venta
- Certificado de calidad de Anecacao
- Formulario Único de Exportación (FUE)

Para realizar la gestión de cobranza y la exportación se requiere la siguiente documentación:

- Orden de inspección de Anecacao
- Factura comercial o de Venta
- Certificado de Origen
- Certificado fitosanitario (en el caso del cacao orgánico no se requiere de este documento).
- Certificado de calidad de Anecacao
- Certificado de embarque de la naviera (Conocimiento de Embarque).
- Formulario Único de Exportación (FUE)

EXPORTACIONES DE CACAO ORGÁNICO ECUATORIANO.-

CUADRO 1

Export. No.	FECHA	CANTIDAD Ton.	DESTINO
1	29 de Abril del 2002	12,5	Lehavre, Francia
2	22 de Mayo del 2002	12,5	Lehavre, Francia
3	24 de Julio del 2002	12,5	Lehavre, Francia
4	28 de Agosto del 2002	12,5	Lehavre, Francia
5	12 de Septiembre del 2002	12,5	Lehavre, Francia
6	18 de Septiembre del 2002	12,5	Lehavre, Francia
7	02 de Octubre del 2002	25	Lehavre, Francia
8	30 de Octubre del 2002	12,5	Lehavre, Francia
9	13 de Noviembre del 2002	25	Lehavre, Francia
10	03 de Diciembre del 2002	37,5	Lehavre, Francia
11	24 de Diciembre del 2002	25	Lehavre, Francia

Fuente: UNOCACE
Elaborado por: Olga Abad y Olga Cortez

Para Enero del 2003, se exportarán 25 toneladas, pero la fecha aún no se define.

CAPITULO IV. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.-

4.1.1. OPORTUNIDADES DE CERTIFICACIÓN POR EL MERCADO EUROPEO.-

Ecuador comercializa diferentes productos agrícolas, actualmente estos productos son comercializados en los mercados internacionales con mejor precio cuando tienen certificados de calidad orgánica. Además, el mercado internacional (y a futuro el mercado local), han comenzado a exigir que los productos como frutas, hortalizas, bebidas etc., tengan estos certificados de calidad. Ecuador, tiene relación comercial, con Europa (continente que ha comenzado a preferir productos con sello verde de calidad).

En Europa se encuentran aproximadamente setenta y dos organismos certificadores autorizados, los mismos que tienen representantes en diferentes países del mundo. Si Ecuador, exporta sus productos agrícolas a Europa, las empresas certificadoras ven en nosotros un país interesante para certificar productos.

¿Las empresas y organismos europeos de certificación estarán interesados en certificar productos ecuatorianos?

4.1.2. OPORTUNIDADES DEL MERCADO EUROPEO PARA EL CACAO ORGÁNICO ECUATORIANO.-

La demanda de los productos agrícolas producidos de manera ambientalmente más limpia, crece cada vez más en los mercados externos y su tendencia se mantendrá por algún tiempo, adicionalmente, Europa es fabricante de chocolate fino, para lo que adquiere cacao de la mejor calidad. El comercio de cacao fino y de aroma, es irregular debido a que la producción de éste ha crecido menos que la producción de otras variedades de cacao. Ecuador es uno de los pocos países productores de cacao fino y de aroma floral, estas características han llevado a que el cacao ecuatoriano sea reconocido a nivel mundial por su calidad. El mercado europeo, estaría dispuesto a demandar más cacao de ascendencia Nacional (Variedad Arriba), si se les ofrece la garantía de calidad orgánica a través de la certificación.

¿Crecerá la participación del cacao ecuatoriano en el mercado europeo, si tiene certificado de calidad orgánica?

4.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.-

- Determinar las empresas europeas dispuestas a trabajar y certificar cacao de Ecuador.

- Determinar si los productores ecuatorianos, están dispuestos a invertir en la certificación de calidad orgánica para sus productos.

- Determinar los países productores de cacao fino y de aroma que cuenten con cacao con certificado orgánico.

- Determinar las empresas europeas fabricantes de chocolate fino, que demandan cacao orgánico para sus productos.

4.3. PREPARACIÓN.-

4.3.1. FUENTES DE INFORMACIÓN.-

Para realizar la investigación de este proyecto, se utilizaron diferentes fuentes, tanto primarias como secundarias.

El cacao orgánico es un producto relativamente nuevo en el mercado, por lo que la información que se obtiene de libros, revistas, diarios e internet es muy escasa.

- **PRIMARIAS.-**

Se realizaron entrevistas con el fin de recolectar información sobre mercado, producción, comercialización, etc.

Para realizar las entrevistas se utilizó la técnica cualitativa de entrevista, combinando entrevistas estructuradas y no estructuradas.

Las personas a quienes se entrevistó son las siguientes:

- Ing. Freddy Cabello (Unocace)
- Ing. Carlos Elizalde (Ex -Gerente de Anecacao)
- Ing. Julio César Zambrano (Gerente de Anecacao)
- Sres. André Debert y Gilles Roche (Representantes de la compañía Kaoka de Francia)

- Ing. Eric Proth (Representante en Ecuador de la Compañía Certificadora Ecocert)

- Ing. Cynthia Mayer (Coordinadora Sectorial USE Banano y Productos Orgánicos CORPEI)

- Sr. Xavier Elizalde (Coordinador de Promoción de Cacao y Café CORPEI)

- Sr. César San Marcos (Fundación Maquita Cushunchic, vía telefónica)

- **SECUNDARIAS.-**

Las fuentes de investigación secundarias que se utilizaron para la investigación fueron, en su mayoría internet, revistas y diarios.

4.4. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA OFERTA INTERNACIONAL DEL CACAO.-

PRODUCCIÓN DE CACAO MUNDIAL.-

CUADRO 1

En miles de toneladas

PAISES	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02*	PART. 01/02
COSTA DE MARFIL	1.113	1.163	1.400	1.175	1.190	43%
GHANA	409,4	397,7	436,7	395	350	13%
INDONESIA	331	390	410	385	420	15%
BRASIL	170	138	124	163	125	4%
MALAYSIA	65	75	45	35	40	1%
NIGERIA	165	198	165	180	170	6%
CAMERÚN	114,7	124	115	135	125	4%
ECUADOR	30	75	95	89	85	3%
REPUBLICA DOMINICANA	69,7	25,9	35	44,90	45	2%
COLOMBIA	38,2	37,6	37,5	39	38	1%
MEXICO	35	35	36,8	34	35	1%
PAPUA NUEVA GUINEA	29,2	35,1	46,4	38,8	45	2%
RESTO DEL MUNDO	119,6	114,4	115,3	111,7	114	4%
TOTAL	**2689,80**	**2808,20**	**3061,20**	**2825,10**	**2782,00**	**100%**

* Pronóstico
Fuente: Organización Internacional del cacao ICCO
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

EXPORTACIONES DE CACAO EN GRANO.-

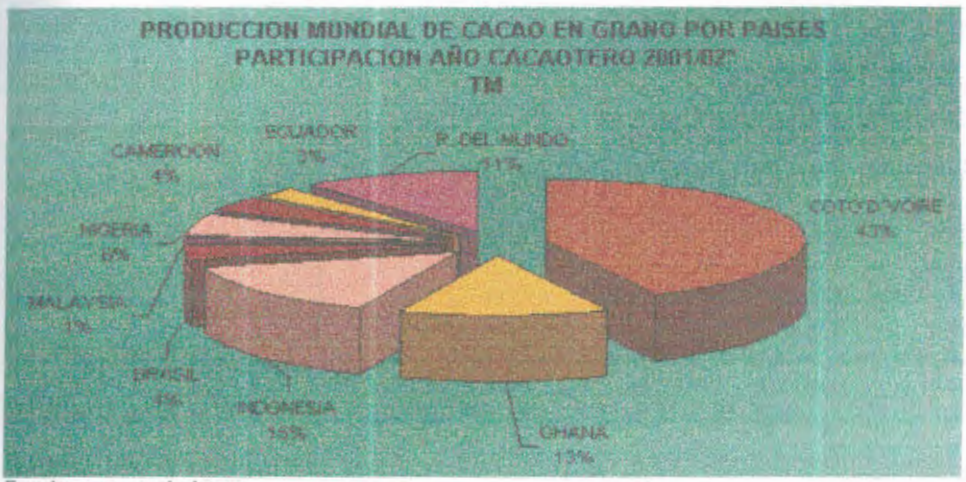
CUADRO 2

EN TONELADAS					
DESTINO	**1998**	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**
Alemania	326,24	3.871,31	8.585,66	10.347,59	3.377,83
Argentina	844,80	2.457,44	1.635,60	700,50	95,10
Australia	180,00	202,50	255,67	270,00	122,50
Bélgica	387,94	877,50	2.202,37	2.680,21	934,74
Bolivia		164,71	223,21	162,73	
Brasil			110,50	161,88	37,50
Bulgaria		44,85			
Canadá	80,04	2.993,91	2.626,83	3.304,76	2.346,35
Chile	884,71	3.490,21	4.153,24	3.318,30	1.235,15
Colombia	757,43	7.304,15	5.064,31	2.743,69	3.533,10
Corea		95,00	26,25	43,75	
Costa Rica	10,00	1.170,64	710,47	582,95	71,00
Cuba			35,40		
EE.UU.	4.283,68	47.753,02	30.708,01	28.965,84	12.828,38
El Salvador		40,67			
España	207,90	672,52	3.504,70	2.094,52	214,11
Estonia		50,62			
Francia	363,04	2.790,20	3.810,70	4.133,11	1.556,31
Grecia					26,60
Guatemala		135,49	270,76	19,67	22,13
Holanda	1.674,75	11.406,63	8.315,48	6.808,72	3.703,27
Indonesia			140,07	101,43	
Inglaterra	68,40		67,50	112,50	99,36
Italia	332,27	4.798,08	4.759,44	5.502,67	2.119,25
Jamaica		71,98	35,40		
Japón	1.635,57	3.708,81	6.062,80	3.494,36	2.402,96
México	45,00	894,58	1.876,55	25,96	60,03
Nva. Zelanda	270,00	545,00	475,00	397,50	190,00
Panamá	7,50				
Perú	594,72	3.215,24	1.457,00	199,51	0,75
Rep. Dominicana		46,10			
Rumania				19,95	
Rusia		497,81	259,21	260,46	101,63
Singapur	130,82				
Taiwán	9,14	27,49	25,00	11,25	
Uruguay		266,68	514,69		
Venezuela	2,51	80,83	241,49	794,73	214,48
Total general	**13.096,46**	**99.673,96**	**88.153,30**	**77.258,57**	**35.292,52**

Fuente: Anecacao
Elaborado: Olga Cortez y Olga Abad

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CACAO.-

GRAFICO 1



Fuente: www.unctad.com

Las estadísticas muestran que el mayor productor y comercializador de cacao en el mundo es Costa de Marfil, con una participación del 43%, pero en el año 2002, los problemas políticos que tiene este país hizo que la oferta disminuyera y por lo tanto el precio del cacao tuvo un incremento en la bolsa.

La participación mundial que tiene Ecuador en el mercado es del 3%, este porcentaje promedio se ha mantenido desde 1999 hasta la actualidad. dentro de esta cifra, encontramos cacao orgánico y cacao tradicional. Por otra parte, Ecuador es el mayor productor y

C.I.B.

comercializador del mundo de cacao fino y de aroma, alrededor del 60% de la demanda mundial es cubierta por nuestro país.

En la actualidad los países que ya se encuentran cultivando cacao orgánico son: Ecuador, República Dominicana, Venezuela, Guyana, Costa Rica, Brasil, Perú, Bolivia, Nicaragua, Isla Banuato, Malasia y África. De estos países el primer exportador de cacao orgánico es República Dominicana.

El mayor productor de cacao orgánico en el mundo es República Dominicana, mas este cacao no es fino y de aroma, cuenta con el cacao Sánchez (no fermentado) y Española (fermentado). Este es el unico país que cuenta con estdísticas de exportación de este producto, como se lo puede ver en el siguiente cuadro.

ESTADÍSTICAS DE EXPORTACIONES DE CACAO ORGÁNICO EN GRANO DE REPÚBLICA DOMINICANA.-

CUADRO 3

En toneladas		
PAIS	**AÑO 2000**	**AÑO 2001***
BELGICA	3.987,36	1.511,59
HOLANDA	319,50	595,39
ALEMANIA	187,92	178,92
ITALIA	293,94	229,86
HONDURAS	25,56	100,80
ESPAÑA	281,16	76,68
E.E.U.U.	12,78	41,65
COSTA RICA	-	1,97
MEXICO	80,94	-
SUIZA	25,56	-
TOTAL	**5.214,72**	**2.736,86**

*Pronóstico
Fuente: www.cedopex.org.do
Autores: Olga Cortez y Olga Abad

Ecuador en el 2002, comienza a exportar este producto a Francia y exportó aproximadamente 200 toneladas desde abril hasta diciembre. Para este año se espera que el número de exportadores y productores en Ecuador se incremente. Es probable que en el mes de febrero de este año la Fundación Maquita Cushunchic, realice su primera exportación de cacao orgánico a los Estados Unidos, para la compañía OCP (Organic Commodity Products), Maquita es una empresa exportadora y no productora.

Actualmente en Ecuador, UNOCACE es el único exportador en Ecuador de este producto hacia Europa.

ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION MUNDIAL DE CACAO POR PAIS.-

El clima es un factor importante en la producción del cacao, por lo que según la época del año la oferta de éste puede aumentar o disminuir en un país, e incluso influye en el precio.

ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN DEL CACAO.-

CUADRO 4

PAIS	MENOR COSECHA	MAYOR COSECHA
Brasil	Octubre - Marzo	Junio - Sept.
Camerún	Sept. - Febrero	Mayo - Agosto
Colombia	Abril - Junio	Octubre - Dic.
Costa Rica	Julio - Febrero	Marzo - Junio
Costa de Marfil	Octubre - Marzo	Mayo - Agosto
Rep. Dom.	Abril - Julio	Octubre - Enero
Ecuador	Marzo - Junio	Dic. - Enero
Ghana	Sept. - Marzo	Mayo- Agosto
Granada	Abril - Noviembre	Dic. - Marzo
Haití	Marzo - Junio	Julio - Febrero
Indonesia	Sept. - Dic.	Marzo - Julio
Jamaica	Dic. - Marzo	Abril - Noviembre
Liberia	Octubre - Marzo	Abril - Sept.
Malasia	Octubre - Dic.	Abril - Mayo
México	Octubre - Febrero	Marzo - Agosto
Nigeria	Sept. - Marzo	Junio - Agosto
Panamá	Marzo - Junio	Julio - Febrero
Nueva Guinea	Abril - Julio	Octubre - Dic.
Sri Lanka	Noviembre - Feb.	Marzo - Octubre
Togo	Octubre - Marzo	Abril - Sept.
Trinidad y Tobago	Dic. - Marzo	Abril - Noviembre
Venezuela	Octubre - Febrero	Marzo - Sept.
Zaire	Octubre - Marzo	Abril - Sept.

Fuente:Organización Internacional del Cacao.

C.I.B.

CARACTERÍSTICAS DEL CACAO DE LOS PAISES EXPORTADORES.-

CUADRO 5

PAIS	CLASIFICACION COMERCIAL	CALIDAD CONSIDERADA
Brasil	tipo I	Superior. Enormes diferencias regionales en calidad
Costa Rica	Tipo II	Bueno a bastane bueno algunas veces de gusto ahumado. Secado al sol o mecánico. Calidad promedio
Rep. Dom.	Cacao Sáchez y Española	Mayormente no fermentado. Sabor insípido
Ecuador	Cacao Arriba	Gusto fino
Guinea Ecuatorial	Superior	Semillas de gran tamaño. Alto contenido de grasa. Sabor astringente y ácido
Ghana	Ghana	Bien fermentado. Buen sabor dentro de los tipos básicos
Indonesia	Semillas Grandes	
Java Oriental		Sabor suave
Java Occidental		Sabor ordinario
Costa de Marfil	Bien fermentado	Buen sabor variable. Astringente.
Malasia	Clasificación Complicada	Alto contenido de concha. Ligeramente ácido
México	Fermentado	Gusto variable
Nigeria	Bien fermentado	Buen sabor básico
Trinidad y Tobago	Cacao producido en grandes cantidades y vendido bajo diferentes tipos de marcas	Sabor mediano. Ligeramente aromático
Venezuela	Superior	Buen gusto. Sabores moderados dependiendo del origen.

Fuente: Cacao, Guía del negociante año 87

4.5. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA DEMANDA EUROPEA.-

IMPORTACIONES DE CACAO EN GRANO DE EUROPA.-

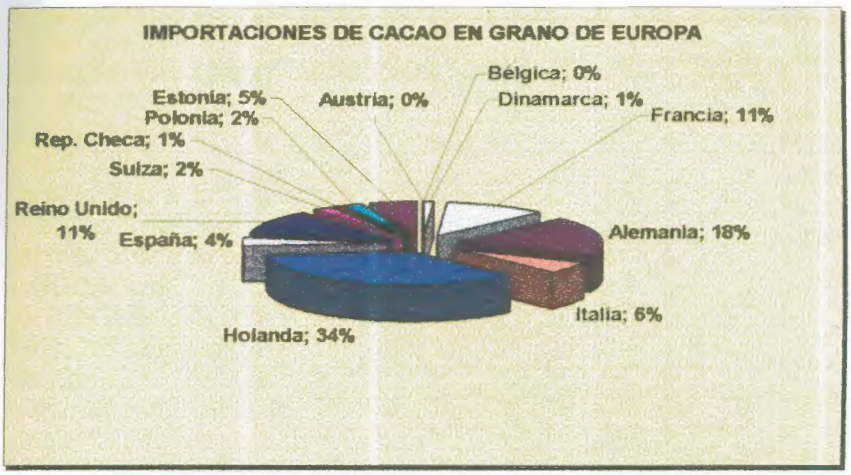
CUADRO 6

PAISES	AÑOS					PART.
	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/2000	99/00
Austria	14.951	16.297	18.795	19.667	1.962	0%
Bélgica	45.440	66.741	80.962	26.218	-	0%
Dinamarca	3.703	6.392	10.864	11.003	14.655	1%
Francia	117.127	111.476	108.315	129.518	148.529	11%
Alemania	299.124	326.600	308.758	216.734	231.607	18%
Italia	71.207	70.742	72.236	72.412	74.511	6%
Holanda	404.645	463.668	320.173	338.245	445.294	34%
España	49.537	48.761	65.622	53.731	57.994	4%
Reino Unido	248.327	175.784	191.597	243.872	136.544	11%
Suiza	19.763	22.305	18.448	22.384	22.667	2%
Rep. Checa	14.000	14.731	11.752	10.029	9.836	1%
Polonia	35.000	35.000	35.700	37.300	32.000	2%
Estonia	5.139	64.989	77.613	33.927	62.460	5%
Rusia	75.000	73.900	47.493	47.057	59.645	5%
Totales	**1.402.963**	**1.497.386**	**1.368.328**	**1.262.097**	**1.297.704**	**100%**

Fuente: Organización Internacional del Cacao y Sica
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

IMPORTACIONES DE CACAO DE EUROPA.-

GRAFICO 2



Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

Los fabricantes de chocolate en Europa, compran cacao durante todo el año, para poder cumplir con la demanda de chocolate. Cabe mencionar que el consumo de chocolate en el Viejo Continente, aumenta con la temporada de frío.

La demanda de cacao en Europa es creciente, durante los últimos cuarenta años, ha tenido un aumento del 70% a nivel mundial, en la actualidad la demanda de cacao orgánico tiene un incremento moderado comparado con otros productos orgánicos como frutas y vegetales.

para producir chocolates finos y recibe el reconocimiento del consumidor (productor de chocolate).

El mercado del cacao y el chocolate orgánico, es un mercado creciente que debemos de aprovechar mientras los premios por calidad y certificación sean atractivos para los productores y exportadores ecuatorianos.

falta el reconocimiento como producto orgánico, lo que en algunos casos, puede significar una reducción en el proceso de certificación.

El costo de una certificación depende de varios factores, por ejemplo: número de informes que se elaboren, la ubicación de la finca, hospedaje, etc.; el costo aproximado por día para certificar es de USD $1 000,00.

Actualmente, las pequeñas chocolateras europeas y los pequeños manufactureros de chocolate fino, son los compradores de cacao orgánico, puesto que quieren captar el nicho de mercado que los orgánicos han abierto.

En Ecuador se produce el Jungle Chocolate (producto terminado), con macamia o con piña, que es el cacao orgánico tostado y partido, mezclado con macadamias o piñas y bañado en jugo de caña de azúcar, que se exporta a Estados Unido y Europa, el precio de venta de este producto es de USD $ 21,00 con piña y de USD $ 22,80 con nuez de macadamia, los 6 paquetes de 2 oz.

El cacao ecuatoriano, es más atractivo en el mercado por su aroma y sabor, esta es una fortaleza que hace que nuestro cacao sea apreciado

C.I.B.

EMPRESAS CERTIFICADORAS RECONOCIDAS EN EUROPA.-

CUADRO 8

CERTIFICADORA	PAIS DE ORIGEN	EN ECUADOR	ACREDITADA	CONVENIOS
BCS Öko - Garantie GmbH Ecuador	Alemania	Desde 1999, Riobamba	Unión Europea, E.E.U.U. y Japón	bio-dinámico "demeter", "Naturaland" y BCS GmbH de Alemania
OCIA - International Organic Crop Improvement Association			EE.UU., Unión Europea (dependiendo del país), Japón	
ECOCERT	Francia	Desde 1997, Guayaquil	Acreditado por IFOAM y normas europeas en 45011 (ISO 65)	
NATURLAND	Alemania	Quito		BCS, Bio Latina, IMO.

Autores: Olga Cortez y Olga Abad

La agricultura orgánica en Ecuador se inició aproximadamente hace diez años, y las empresas certificadoras tienen en promedio cinco años en Ecuador.

Ecuador tiene un potencial, para la producción orgánica por sus condiciones agroclimáticas y su variedad de productos (Según Ing. Eric Proth, representante de Ecocert en Ecuador). Además, el cacao es un producto que debido a su manejo es prácticamente orgánico, y solo le

certificaron primero y luego buscaron mercado, lo que les ha causado problemas en la comercialización. Así también, en Europa recien el cacao orgánico de Ecuador va a participar para darse a conocer en la feria Bio Fach 2003, que se desarrollará en Nuremberg, Alemania del 13 al 16 de febrero; esta es la feria más importante de productos orgánicos en Europa. Con la participación de nuestro país, se espera aumentar el próximo año la participación de los productos ecuatorianos en el mercado de orgánicos en Europa.

La participación en Boi Fach, le representará a cada expositor una inversión de US $ 1 500,00, aquí podrán promocionar sus productos y participar en ruedas de negocios para darse a conocer.

Otro factor que influye en la poca producción de cacao orgánico, es que mucho de los productores de éste, aún no conocen sobre la certificación de productos y sus ventajas, actualmente se dictan seminarios para difundir la producción y comercialización de orgánicos, pero con costos elevados para los pequeños productores, por lo que se debería realizar una difusión accesible, puesto que el cacao es un producto tradicional del Ecuador y la mayoría de productores son medianos y pequeños.

Las principales certificadoras de calidad orgánica de Europa, se encuentran trabajando en Ecuador, como lo indica el cuadro siguiente:

exportar este producto, y los controles estadísticos son los mismos empleados en el cacao convencional.

4.6. ANALISIS DE LA INVESTIGACIÓN.-

El consumo de los productos orgánicos en Europa comienza alrededor del 1997, con la aparición de la enfermedad de las vacas locas, y otros. Las personas comienzan a preocuparse más por su salud y en algunos supermercados se asignan áreas para productos orgánicos. Los consumidores de esta variedad de productos, lo consumían por salud, y sin tomar en cuenta otros factores. En décadas pasadas un productor y/o consumidor de orgánicos era considerado excéntrico, ahora es común y cada vez hay más personas que se preocupan por consumir productos saludables, no dañar el medio ambiente, mejorar la calidad de vida de los productores, etc.

Los productores ecuatorianos de cacao, se sienten incentivados a certificar su producción, porque en el exterior se le reconoce un premio económico su producto. Aunque esto es un aliciente para nuestros productores, la falta de mercados, por desconocimiento, tanto del productor como del comprador, hacen que la persona que cultiva cacao dude en cambiar su cultivo. En el caso de UNOCACE y la empresa chocolatera francesa KAOKA; primero se consiguió al comprador y luego se certificó el cultivo. Pero en otros casos, los productores

Actualmente existen en Europa, empresas chocolateras que están introduciendo al mercado chocolate orgánico, alguna de ellas son:

EMPRESAS EUROPEAS QUE PRODUCEN CHOCOLATE ORGÁNICO.-

CUADRO 7

Empresa	productos	país
Chocolove	Barras de Chocolate	Bélgica
Kaoka	Barras de Chocolate, para reposteria	Francia
Rapunzel	Barras de chocolate y trufas	Alemanaia
Neuchatel	Barras de chocolate	Suiza
Callebaut	Barras y tabletas	Bélgica
Cocoa Camino	Barras de chocolate	Suiza
Green and Black	Barras de chocolate, galletas, cocoa	Reino Unido

Fuente: Internet
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

Green & Black, es la empresa europea líder en chocolate orgánico, debido a la variedad de productos que ofrece al mercado.

Oficialmente, no se encuentra estadísticas de cacao orgánico (con excepción de República Dominicana), debido a que su producción es muy baja todavía y a que las partidas arancelarias que se utilizan para

CAPITULO V. EVALUACIÓN ECONÓMICA– FINANCIERA DEL CULTIVO

5.1. COMPARACION DE COSTOS DEL CULTIVO DEL CACAO TRADICIONAL vs. CULTIVO DE CACAO ORGÁNICO POR HECTÁREA.-

5.1.1. COSTOS VARIABLES.-

CUADRO 1

CULTIVO CACAO CONVENCIONAL		CULTIVO CACAO ORGÁNICO	
PRODUCTO	PRECIO DÓLARES	PRODUCTO	PRECIO DÓLARES
Mata de cacao clonal	$ 0,60	Mata de cacao clonal	$ 0,60
Puntales para cacao	$ 0,20	Puntales para cacao	$ 0,20
Puntales para sombra	$ 0,20	Puntales para sombra	$ 0,20
Jornal	$ 5,00	Jornal	$ 5,00
Urea	$ 8,50	bocashi (qq)	$ 2,50
Muriato de potasio	$ 11,00	Biol (gl)	$ 4,00
Superfosfato triple	$ 14,00		
Thiodán (lt)	$ 8,00		
Basudín (lt)	$ 14,20		
Cobrenordox (kg)	$ 3,20		
Alquitrán vegetal (gl)	$ 8,00	Alquitrán vegetal (gl)	$ 8,00
Tasa anual de riego	$ 2,00	Tasa anual de riego	$ 1,20
qq de cacao seco	$ 80,00	qq de cacao seco	$ 104,00

Fuente: Anecacao y Unocace

En el caso del cultivo de cacao orgánico, se puede ver claramente en el cuadro No. 1, que sus costos variables difieren en los fertilizantes,

puesto que en el cultivo convencional de cacao se utilizan siete fertilizantes químicos, mientras que en el cacao orgánico lleva tres fertilizantes, que se producen con componentes naturales.

5.1.2. COSTOS DE MANTENIMIENTO.-

MANTENIMIENTO DE UN CULTIVO DE CACAO CONVENCIONAL.-

CUADRO 2

COSTOS POR HECTAREA			
CONCEPTO	COSTO UNITARIO	CACAO CLONAL (1 000 plantas/ha)	
		UNIDAD	VALOR
LABORES			
Control de malezas	5,00	18 J	90,00
Regulación de sombra	5,00		-
Poda	5,00	20 J	100,00
Riego	5,00	6 J	30,00
Fertilización	5,00	1 J	5,00
Muestreo de suelo	5,00	1 J	5,00
Control fitosanitario	5,00	3 J	15,00
Mantenimiento de canales	5,00	3 J	15,00
Cosecha	5,00	28 J	175,00
Postcosecha	5,00	20 J	100,00
Subtotal A		***107 J***	***535,00***
Fertilizantes			
Úrea	0,20	5 sacos	1,00
Muriato de potasio	5,00	2 sacos	10,00
Superfosfato triple	8,50	2 sacos	17,00
Insecticida (Thiodán)	11,00	1 lt	22,00
Insecticida (Basudín)	14,00		
Fungicida (Cobrenordox)	8,00	2 kg	16,00
Alquitrán vegetal	14,20	2 gl	16,00
Costo de agua para riego	3,20	1	1,20
Costo de bombeo de agua	8,00	6 J	30,00
Subtotal B			***113,20***
TOTAL GENERAL			***648,20***

Fuente: Anecacao y Unocace
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

CULTIVO DE CACAO ORGÁNICO.-

CUADRO 3

COSTOS POR HECTÁREA			
CONCEPTO	**COSTO UNITARIO**	**CACAO CLONAL (1 000 plantas/ha)**	
		UNIDAD	**VALOR**
LABORES			
Control de malezas	5,00	18 J	90,00
Regulación de sombra	5,00	2 J	10,00
Poda	5,00	20 J	100,00
Riego	5,00	6 J	30,00
Fertilización	5,00	1 J	5,00
Muestreo de suelo	5,00	1 J	5,00
Control fitosanitario	5,00	3 J	15,00
Mantenimiento de canales	5,00	3 J	15,00
Cosecha	5,00	28 J	175,00
Postcosecha	5,00	20 J	100,00
Subtotal A		***107 J***	***535,00***
Fertilizantes			
Bocachi	2,50	30 sacos	75,00
Biol	4,00	44 gal	176,00
Alquitrán vegetal	8,00	2 gl	16,00
Costo de agua para riego	1,20	1	1,20
Costo de bombeo de agua	5,00	6 J	30,00
Subtotal B			***298,20***
TOTAL GENERAL			***833,20***

Fuente: Unocace
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

Una vez que se ha rehabiltado la plantación, se le da mantenimiento con el fin de que no contraiga enfermedades, plagas, y que el rendimiento del cultivo sea el esperado.

Los costos de mantenimiento entre el cultivo de cacao convencional y el orgánico difieren alrededor de USD $200,oo, debido a la cantidad de fertilizante que se utiliza.

5.1.3. COMPARACIÓN DEL FLUJO NETO DE CAJA .-

CULTIVO DE CACAO CONVENCIONAL.-

CUADRO 4

	POR HECTAREA		
	AÑO 1	AÑO 4	AÑO7
TOTAL EGRESOS	769,90	690,60	703,10
TOTAL INGRESOS	480,00	1.200,00	1.280,00

FUENTE: UNOCACE y ANECACAO

CULTIVO DE CACAO ORGÁNICO.-

CUADRO 5

	POR HECTAREA		
	AÑO 1	AÑO 4	AÑO7
TOTAL EGRESOS	866,50	773,50	736,00
TOTAL INGRESOS	624,00	1.560,00	1.664,00

FUENTE: UNOCACE

En los cuadros 4 y 5, la cantidad de quintales de cacao producidos para ambos casos es la misma; 6 el primer año, 15 el cuarto y 16 el último. Estos costos son presupuestados para plantaciones de 1000 plantas por hectárea.

En el caso de Ecuador, los cultivos son rehabilitados y mantenidos, debido a que son cultivos que tienen varios años, pero al cambiar de convencional a orgánico, aunque los egresos sean mayores para un cultivo de cacao orgánico la utilidad es mejor, esto se debe a que al productor orgánico se le reconoce un 30% más en el valor de su cacao que al productor convencional.

La producción del cacao orgánico de Ecuador es exportada en su totalidad (UNOCACE).

5.2. FLUJO DE CAJA DEL CULTIVO DE CACAO ORGÁNICO.-

CUADRO 6

COSTOS DE PRODUCCIÓN POR HECTÁREA

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	1er AÑO		2do AÑO		3er AÑO		4to AÑO		5to AÑO		6to AÑO - 7mo AÑO	
		UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR	UNIDAD	VALOR
LABORES													
Control de malezas	5,00	18 J	90,00	15 J	75,00	15 J	75,00	15 J	75,00	15 J	75,00	15 J	75,00
Identificación de fallas	5,00	0,5 J	2,50		-		-		-		-		-
Tumba de árboles improductivos	5,00	2 J	10,00		-		-		-		-		-
Regulación de sombra	5,00	2 J	10,00	2 J	10,00		-		-		-		-
Podas	5,00	40 J	200,00	20 J	100,00	15 J	75,00	15 J	75,00	15 J	75,00	15 J	75,00
Resiembras	5,00	2 J	10,00		-		-		-		-		-
Fertilización	5,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00	2 J	10,00
Riego	5,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00	12 J	60,00
Control fitosanitario	5,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00
Mantenimiento de canales	5,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00	3 J	15,00
Cosecha de cacao	5,00	12 J	60,00	18 J	90,00	22 J	110,00	26 J	130,00	26 J	130,00	28 J	140,00
Labor postcosecha	5,00	3 J	15,00	4,5 J	22,50	6 J	30,00	7,5 J	37,50	8 J	40,00	8 J	40,00
Subtotal A		**99 J**	**497,50**	**79,5 J**	**397,50**	**78 J**	**390,00**	**83,5 J**	**417,50**	**84 J**	**420,00**	**86 J**	**430,00**
INSUMOS, MATERIALES Y SERVICIOS													
Bocachi	2,50	15 sacos	37,50	30 sacos	75,00	30 sacos	75,00	30 sacos	75,00	30 sacos	75,00	30 sacos	75,00
Biol	4,00	44 gal	176,00	44 gal	176,00	44 gal	176,00	44 gal	176,00	44 gal	176,00	44 gal	176,00
Alquitrán vegetal	8,00	2 gl	16,00	2 gl	16,00	1 gl	8,00	1 gl	8,00	1 gl	8,00	1 gl	8,00
Plantas de cacao (5%)	0,60	100	60,00	50	30,00	25	15,00	25	15,00	25	15,00	25	15,00
Agua de riego (tasa anual)	2,00	1	2,00	1	2,00	1	2,00	1	2,00	1	2,00	1	2,00
Bombeo de agua para riego	5,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00	6 J	30,00
Certificación (inspección, informe,etc.)	50,00	1	50,00	1	50,00	1	50,00	1	50,00				
Subtotal B			**372**		**379,00**		**356,00**		**356,00**		**306,00**		**306,00**
TOTAL EGRESOS			**869,00**		**776,50**		**746,00**		**773,50**		**726,00**		**736,00**
INGRESOS													
Producción de cacao	104,00	6 qq	624	9 qq	936	12 qq	1.248	15 qq	1.560	15 qq	1.560	16 qq	1.664
TOTAL INGRESOS			**624,00**		**936,00**		**1.248,00**		**1.560,00**		**1.560,00**		**1.664,00**
UTILIDAD		**-245,00**		**159,50**		**502,00**		**786,50**		**834,00**		**928,00**	

Fuente: Unocace . Datos primera semana de enero

5.3. FACTIBILIDAD TIR Y VAN.-

CUADRO 7

AÑOS	VALORES	TMAR
0	-245,00	0,18
1	159,50	
2	502,00	
3	786,50	
4	834,00	
5	928,00	
6	928,00	
VAN	**$ 1.908,95**	
TIR %	**143%**	

TMAR= 18%, TASA ACTUAL DEL MERCADO

Elaborado: Olga Cortez y Olga Abad

El método utilizado para realizar el cálculo del VAN, fue por medio de la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR), que actualmente es del 18% en el mercado, el VAN por hectárea de USD $1 908,95; al ser un valor positivo nos muestra que es un proyecto viable.

El cálculo del TIR se lo hizo para un período de siete años, y el resultado fue del 143%, esta tasa de retorno es mayor que la TMAR por lo tanto la producción de cacao orgánico es un proyecto rentable.

5.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.-

CUADRO 8

CONCEPTOS	HIPOTESIS	ANALISIS DE SENSBILIDAD		
	BASICAS	5%	10%	15%
EGRESOS	4.494,00	4.718,70	4.943,40	5.168,10
INGRESOS	8.632,00	8.200,40	7.768,80	7.337,20
VAN	$ 1.908,95			
TIR	143%			

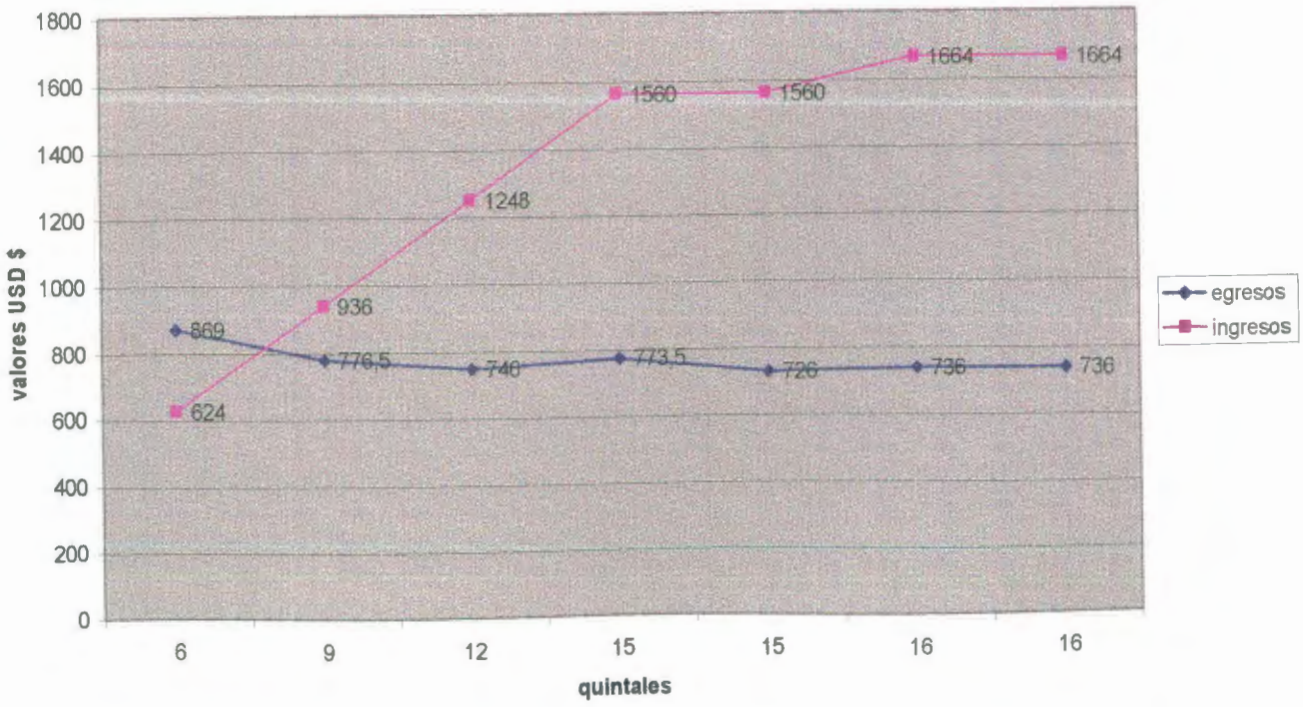
Elaborado: Olga Cortez y Olga Abad

Se tomó la sumatoria de seis años, tomando como primer año el valor de los egresos e ingresos del primer año que se obtiene ganancia.

Este análisis muestra que si los egresos aumentan hasta en un 15% y los ingresos disminuyan hasta en un 15%, el proyecto es rentable puesto que sus ingresos son mayores que los egresos.

5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.-

FIGURA 1



Elaborado: Olga Cortez y Olga Abad

Para el análisis del punto de equilibrio se tomaron en cuenta los ingresos, los egresos y las utilidades en un período de seis años. El equilibrio de este proyecto, tendrían que producirse 8 quintales por hectárea, lo que significaría ingresos y egresos de USD $832,oo.

CAPÍTULO VI. OPORTUNIDADES DE CERTIFICACIÓN

6.1. ¿QUE ES LA CERTIFICACIÓN?

La Certificación es un procedimiento voluntario mediante el cual un tercero (certificadoras) otorga garantía escrita de que un producto, proceso o servicio está en conformidad con los requisitos especificados (Definición ISO).

6.1.1.- UTILIDAD DE LA CERTIFICACIÓN.-

La certificación es utilizada como una herramienta de:

- Comercialización: Sirve al productor para diferenciar su producto de sus similares en el mercado nacional e internacional obteniendo mayor competitividad.
- Comunicación: Sirve al consumidor para distinguir el producto que desea, evitando mensajes publicitarios poco transparentes.
- Ética: Establece la confianza entre el productor y el consumidor, cumpliendo los deseos múltiples del consumidor relacionados con aspectos culturales, sociales y éticos.

6.2. EMPRESAS CERTIFICADORAS.-

En su etapa inicial la comercialización de productos orgánicos se la realizaba en forma directa entre el productor y el consumidor. Con el paso del tiempo fueron apareciendo puntos de venta menos personalizados, por lo que surgió la necesidad de que una tercera persona independiente garantice que el proceso de producción de lo que compraba y consumía cumpla con las normativas de producción orgánica. Entre las décadas del sesenta y del setenta en Estados Unidos y Alemania surgieron las certificadoras de productos orgánicos, que en su mayoría eran creadas por la mismas asociaciones de productores organizados, quienes definieron un conjunto de normas, así como un sistema de certificación; pero la decisión de certificar correspondía a los Comités de Certificación formados por consumidores y productores que querían una alimentación sana y un sistema que garantice la producción.

El sistema de certificación orgánica es relativamente nuevo; como tal, es un proceso que día a día se modifica de acuerdo con las necesidades locales y mundiales.

6.2.1. NORMAS DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA.-

Las normas resultan un punto de equilibrio entre la condición ideal de no impacto buscada por el consumidor y la visión práctica productiva del agricultor o el procesador de alimentos.

Las normas establecidas a nivel mundial son:

- La Unión Europea (EEC No. 2092/91)
- INFOAM International Federation of Organic Agricultural Movements
- CODEX ALIMENTARIUS

Las Normas se dividen en tres áreas básicas: producción de cultivos, producción pecuaria y procesamiento de alimentos. Son normas generales para la mayoría de las actividades agrícolas; sin embargo, existen regulaciones específicas para algunas actividades como apicultura, textiles, cultivo de camarón, etc.

Existen variaciones entre las normas de los diferentes países, así como entre las agencias de certificación, pero los conceptos básicos son comunes a todas las agencias y legislaciones:

1. Manejo del suelo y la finca con una visión a largo plazo con protección del suelo contra la erosión, mantenimiento de su actividad biológica y su vida, etc.
2. Se debe favorecer la biodiversidad en el sistema productivo y en su contorno.
3. Mantener a los animales en la finca con óptimas condiciones de alimentación y habitación.
4. Reciclar materiales de origen vegetal o animal para devolver los nutrientes a la tierra y minimizar el uso de materiales no renovables.
5. Promover el uso responsable del suelo, el agua y el aire, y minimizar la contaminación de esos recursos.
6. No emplear agroquímicos en la finca al menos 36 meses antes de la cosecha, y evitar la contaminación que las aplicaciones de agroquímicos en fincas convencionales vecinas puedan ocasionar a los cultivos orgánicos en desarrollo.
7. Agua: el manejo del agua y su procedencia son importantes. Este recurso debe ser cuidado a nivel de finca.
8. Contaminación: el proceso productivo y el procesamiento deben ser no contaminantes con el ambiente. Por ejemplo, los desechos de la agroindustria no deben contaminar fuentes de agua.
9. La documentación respalda el proceso; la documentación garantiza las actividades de la finca o de la planta de proceso.

6.3. PROCESOS DE CERTIFICACIÓN.-

6.3.1. COMPONENTES DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN.-

Todos cuentan con los mismos componentes básicos:

Productor o procesador de alimentos o textiles.-

El productor es aquel que ha aplicado las normas de producción orgánica al menos tres años antes de su cosecha, y que pretende comercializar con certificación orgánica.

Agencia de certificación.-

Las agencias de certificación pueden ser: estatales, privadas o sin fines de lucro, como sucede con las Asociaciones de Productores o Consumidores Orgánicos.

Las agencias de certificación cuentan con personal de oficina que coordinan el proceso de certificación. Inspectores de planta o inspectores externos para que realicen las visitas a las fincas. La decisión final sobre si el productor es certificado o no, será tomada por un Comité de Certificación.

Inspector.-

El inspector se encarga de visitar la finca o la planta de proceso, verificar la información presentada por el productor en la solicitud de certificación, establecer el contacto directo entre la Agencia y el productor, y presentar un informe a la Agencia. La información recopilada por el inspector se utilizará como criterio básico para la decisión del Comité de Certificación. El inspector en sí mismo no toma ninguna decisión de certificación.

6.3.2. ETAPAS EN EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN.-

El sello de la agencia al dorso de la etiqueta, es la garantía para el comprador de que cada paso recorrido por el producto desde la finca hasta la mesa fue revisado y que se cumplió con las normas de certificación de dicha Agencia.

C.I.B.

Por lo tanto, es necesario inspeccionar y certificar cada paso: desde la semilla, la siembra, el manejo en campo, la cosecha, almacenamiento, transporte, procesado si existe, hasta el empaque final. Materias primas que se importan de terceros países, la documentación fluye de un país a otro, a veces en la misma agencia, o a veces entre agencias, para garantizar la revisión de todo el proceso. Por ejemplo, el azúcar producida en Paraguay y utilizada para la preparación de chocolate en Alemania, deber ser inspeccionada desde la finca, el ingenio, el empaque de exportación, y luego será también inspeccionada la planta donde se elabore el chocolate en Alemania.

ETAPA 1. CONTACTO CON LA AGENCIA DE CERTIFICACIÓN.-

El productor debe contactar la Agencia de Certificación con la que desee trabajar. Los criterios para selección de la Agencia son determinados, en muchos casos, por el comprador del producto y los requerimientos de su mercado.

La Agencia le enviará al productor un cuestionario que recopila la información acerca del manejo actual de la finca y su historial. Este cuestionario es devuelto a la Agencia completo y, con base en esa información, la Agencia decide si el productor ha cumplido con los

pasos básicos para certificación orgánica y si corresponde, en tal caso, enviar al inspector para la revisión de finca.

ETAPA 2. INSPECCIÓN DE FINCA.-

El inspector asignado contacta al productor y realiza la inspección de instalaciones físicas y áreas de siembra. Inspecciona, verifica y reporta sus observaciones a nivel de campo a la Agencia de Certificación.

ETAPA 3. TOMA DE DECISIONES.-

El Comité de Certificación recopila la información que se tiene disponible acerca del productor: cuestionario inicial, reporte del inspector, fotografías, etc. Con base en esa información toma la decisión acerca de la condición de la finca. Las opciones son certificación denegada, aceptada o aceptada con condiciones. Si la certificación es denegada, el productor tiene aún la oportunidad de apelar la decisión, en cuyo caso será revisada. Si la certificación es aceptada con condiciones, su cumplimiento será revisado por la agencia una vez levantada las condiciones por parte del productor, lo cual normalmente se cumple dentro del primer año de recibida la notificación.

ETAPA 4. USO DEL SELLO ORGÁNICO.-

El productor es informado sobre la decisión final. Si su solicitud es aceptada, el productor podrá empezar a comercializar su producto con el sello de la Agencia, o el número de certificación otorgado por la misma.

6.3.3. IMPORTANCIA DE LA DOCUMENTACIÓN EN LA CERTIFICACIÓN.-

La garantía que se otorga al consumidor de que su producto fue revisado desde la preparación del suelo hasta su empaque final, debe estar respaldada por documentación de todo el proceso.

Los documentos necesarios para el proceso de certificación son aquellos que permitan ayudar al inspector a tener una idea del manejo global de la finca y que permitan rastrear el producto desde el estante en el punto de venta hasta la parcela donde fue cosechado.

6.3.3.1. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA LA CERTIFICACIÓN.-

No existe una lista exacta de los documentos que resulta indispensable tener en cada paso del proceso, ya que cada situación es única; para cada caso, es común que el productor o el procesador de productos orgánicos hayan desarrollado un sistema, lista escueta de actividades que es importante documentar.

FINCA.-

1. Mano de obra: número de personas que trabajan en la finca.
2. Actividades realizadas en la finca: libro o cuaderno de actividades, tales como siembra, aporque, podas, deshierbas, etc.
3. Insumos: lista de insumos utilizados, etiquetas de estos insumos, facturas de compra de insumos.

COSECHA.-

1. Cantidades cosechadas: algún tipo de información a nivel de finca de las cantidades cosechadas, ya sea por número de cajas, o por peso, tiquetes de pesado, etc.

TRANSPORTE.-

1. Guías de transporte.
2. Contratos con transportista.
3. Registros internos de limpieza del transporte.

ALMACENAMIENTO.-

1. Inventario o documentación que respalde la entrada y salida del producto del lugar de almacenamiento.

PLANTAS DE PROCESO.-

En general, las plantas de proceso en Latinoamérica tienen una documentación bastante completa de sus actividades. La documentación requerida es la que respalda la entrada y salida del producto, limpieza de equipo, recetas, personal, programas de control de plagas, higiene, etc.

6.3.4. CERTIFICACIÓN DE GRUPOS DE PRODUCTORES ORGANIZADOS.-

Las agencias de certificación, conociendo el alto costo que implica la certificación para pequeños productores, han creado el sistema de certificación "pequeños productores organizados". Existen algunos requisitos que el grupo debe cumplir para poder conformar un grupo de este tipo.

6.3.4.1. ELEMENTOS BÁSICOS DE GRUPOS COMUNITARIOS.-

1. Cercanía geográfica: todos los productores deben ubicarse en una misma comunidad.

2. Los cultivos y prácticas agrícolas deben ser similares: para que la inspección pueda hacerse mediante una muestra, los productores deben tener prácticas de manejo del cultivo similares.

3. Administración central: debe haber una sola persona que actúe como contacto con la agencia de certificación, que maneje toda la información pertinente. Esta persona física o jurídica, debe ejercer algún tipo de control sobre las actividades del grupo en lo que respecta al cumplimiento de las normas de certificación.

4. Sistema de control interno: la comunidad o el grupo de productores deben tener un sistema de control interno de sus actividades; dado que la inspección se realiza una vez al año, es el control interno el que realmente puede garantizar el buen funcionamiento del sistema. El inspector revisará el sistema de control interno establecido y verificará su eficiencia.

5. Programa de educación, para garantizar que todos los miembros entienden las normas de producción orgánica y cómo se aplican en su finca.

6. Sistemas e instalaciones de comercialización centralizadas: para poder establecer un sistema de control sobre la comercialización de los productos.

6.3.4.2. INFORMACIÓN QUE DEBE PRESENTAR UN GRUPO COMUNITARIO PARA SU CERTIFICACIÓN.-

1. Mapa general que indique la zona de producción.
2. Mapa más detallado con localización de cada una de las fincas.
3. Lista de los productores de cada comunidad, con indicación de:
    - Nombre del productor
    - Código por productor
    - Tamaño de la finca
    - Rendimientos
4. Mapa de cada una de las parcelas de los productores.
5. Cuestionario o solicitud de certificación.
6. Persona o personas que actúen como contacto.

6.3.4.3. INSPECCIÓN DE GRUPOS COMUNITARIOS.-

La mayor reducción del costo en este tipo de certificación se da en la inspección, ya que no se visita a la totalidad de los productores sino una muestra, que normalmente varía entre el 5 y el 20%, de acuerdo con la agencia y la región. Esta aceptación de una reducción en la inspección es posible si el Sistema Interno de Control puede garantizar que ha dado seguimiento a todos sus productores a lo largo del año. El inspector, al revisar un grupo de productores, cumple su función de inspector del sistema de producción, pero también debe revisar el funcionamiento del Sistema Interno de Control del Grupo.

6.3.4.4. ACREDITACIÓN DE LAS AGENCIA DE CERTIFICACIÓN.-

Después del nacimiento de las primeras Agencias de Certificación y debido al auge que ha tomado la comercialización de productos orgánicos, el número de Agencias en el mundo se ha multiplicado. Para 1996, la gran mayoría de los países latinoamericanos tenía por lo menos una agencia a nivel nacional.

Ese incremento en el número de agencias hizo necesario buscar uniformidad en los procesos de certificación y las normas de producción

orgánica, lo que llevó al nacimiento de organismos nacionales e internacionales de acreditación de Agencias de Certificación.

El sistema más común de acreditación actual es la ISO 65 para agencias de certificación en general. Además, las legislaciones nacionales (Europa, Estados Unidos, Japón, Costa Rica, etc.), requieren que las agencias sean acreditadas ante los gobiernos respectivos para poder operar. Eso ha permitido regular las actividades de agencias certificadoras, pero aumenta los costos operativos de las agencias, por el costo que implica cada una de esas acreditaciones. Tal vez sería útil crear un sistema de acreditación único con el aval de todos los gobiernos, para reducir los costos.

El reconocimiento, por parte de todos los gobiernos, de ese sistema de certificación, permitiría, al ser el único ente acreditador mundial, reducir los costos de la acreditación que, finalmente, siempre recaen en quien paga la certificación: el productor.

6.5. VENTAJAS DE LA CERTIFICACIÓN.-

- Es una herramienta para diferenciar el producto, facilitando su introducción a nuevos nichos de mercado.

- Garantiza a los consumidores el cumplimiento de unos criterios específicos.

- Los diferentes mercados están exigiendo productos certificados, y esto antes que una barrera comercial, debe ser aprovechado como una oportunidad del mercado para convertir su producto en un bien altamente competitivo.

- Actualmente en los mercados especiales para productos certificados con criterios ambientales y sociales, se puede adquirir un sobre precio interesante, que si bien tenderá a disminuir, todavía alcanza valores importantes.

- Es un mecanismo del mercado que educa a los consumidores y sirve de herramienta de control, manejo y evaluación para los productores.

6.6. DESVENTAJAS DE LA CERTIFICACIÓN.-

- Es un proceso complejo que implica unos costos específicos en que debe incurrir el empresario para obtener la certificación. Esto puede llegar a convertirse en un obstáculo, especialmente para los pequeños productores, quienes deben buscar alternativas de asociación con otros productores para poder adquirir la certificación.

- La certificación se obtiene después de rigurosos procesos de inspección realizados por los entes certificadores, quienes expiden la certificación por períodos de tiempo determinados (1 o 2 años).

6.7. ANÁLISIS DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EUROPA.-

En el continente europeo, existen alrededor de setenta y dos empresas certificadoras. Establecidas en los diferentes países del mismo.

ESTÁNDARES INTERNACIONALES.-

CUADRO 1

EC 2092/91	CODEX ALIMENTARIO	ESTÁNDARES BÁSICOS DE LA IFOAM
EC 2092/91 actualizado a junio de 1998	Norma 8 del borrador de los lineamientos de las normas alimenticias 99/22 1998	IFOAM, Edición de Agosto de 1996
borrador del consejo 8697/98 Mayo 20 de 1998	Norma 6 del borrador de los lineamientos de las normas, julio 30 de 1998	IFOAM, Edición de Agosto de 1996

Fuente: www.organiceurope.com

PAISES MIEMBROS DE LA UNION EUROPEA.-

CUADRO 2

		ALEMANIA	AUSTRIA	BELGICA	DIANMARCA
Número de estándares incluidos en la base datos		10	1	1	3
Número total de los estándares		min 10	4?	5?	3
ESTANDÁRES APLICADOS	**Producción Agrícola**	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	EC 2092/91	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados
	Producción Animal	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados
ORGANISMO O EMPRESAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA AUTORIZADAS		AGÖL- Organización Paragua ANOG Biokreis Ostabayern Bioland Biopark BÖW Demter Bund Gäa Naturland Ökosiegel	Ministerio de Agricultura Ernte für das Leben Verein Organisch-Biologischer Landbau Weinviertel Österreichischer Demeter Bund	Biogatrantia Blik- Studiebureau Biologische Ecocert-Bélgica Griab Griab Nature et Progrés- Bélgica UNAB	Ministerio de Pesquería, Agricultura y Alimento Demeterforbundet LøJ

Fuente: www.organiceurope.com

CUADRO 2.- (Continuación)

		ESPAÑA	FINLANDIA	FRANCIA	GRECIA
Número de estándares		1	1	1	0
Número total de los estándares		?	4?	1	2
ESTANDÁRES APLICADOS	**Producción Agrícola**	EC 2092/91	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	EC 2092/91	EC 2092/91
	Producción Animal	Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional	-
ORGANISMO O EMPRESAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA AUTORIZADAS		Crae Asociación de Agricultura Asociación Vida Sana 17 Autoridades de inspección y certificación orgánica	Ministerio de Agricultura y Bosques Biodynaaminen Yhdistys-Biodynamiska Ekologiske Odiama pa Aland LUOMU	Ministerio de Agricultura y Bosques Ecocert OGM- Biobourgogne SETRAB UNITRAB (en proceso)	DIO Phisologiki Soye

Fuente: www.organiceurope.com

CUADRO 2.- (Continuación)

		IRLANDA	ITALIA	LUXEMBURGO	PAISES BAJOS
Número de estándares incluidos		2	3	1	1
Número total de los estándares		2	8	2	2
ESTANDÁRES APLICADOS	Producción Agrícola	Estándares Orgánicos Privados	EC 2092/91 o Estándares Orgánicos Privado	Estándares Orgánicos Privados	EC 2092/91
	Producción Animal	Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgáncios Privados	Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados
ORGANISMO O EMPRESAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA AUTORIZADAS		IOFGA Confianza Orgánica	AIAB (AMAB) Inspeccionado por IMO Asociación para la agricultura biodinámica (CODEX) Asociación suelo y salud Bioagricoop Consorcio para el Control del Producto Biológico ECOCERT - ITALIA QC & I	Verenegung für Biologesche Landbau de luxemburgo VerÄin für Biologesch-Dynamesch Landwirtschaft Luxemburgo	SKAL Vereniging voor Biologisch-Dynamische Landbouw

Fuente: www.organiceurope.com

CUADRO 2.- (Continuación)

		PPORTUGAL	REINO UNIDO	SUECIA
Número de estándares incluidos		1	2	1
Número total de los estándares		2?	2 (3)	3
ESTANDÁRES APLICADOS	**Producción Agrícola**	EC 2092/91	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	EC 2092/91/ Estándares Orgánicos Privado
	Producción Animal	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados
ORGANISMO O EMPRESAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA AUTORIZADAS		Agrobio Socert	UKROFS Asociación agrícola Bio-dinámica Organic Farmers and Growers Association Asociación de la Tierra	KRAV Svenska Demeter-Förbundet

Fuente: www.organiceurope.com

PAÍSES MIEMBROS DE LA EFTA (EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION).-

CUADRO 3

		ISLANDIA	NORUEGA	SUIZA
Número de estándares incluidos en		1	1	1
Número total de los estándares		2	2	3
ESTANDÁRES APLICADOS	**Producción Agrícola**	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados
	Producción Animal	Regulación Nacional/ Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados	Estándares Orgánicos Privados
ORGANISMO O EMPRESAS DE CERTIFICACIÓN ORGÁNICA AUTORIZADAS		Ministerio de Agricultura TÚN Vestfraendistofan	DEBIO Biologisk-Dynamisk foreing	Oficina Federal de Agricultura Demeter FIBL (Inspección de Demeter, Mgros Bio y Bio Suiza) IMO Migros Bio VSBLO- Bio Suiza

Fuente: www.organiceurope.com

Como se puede observar en los cuadros 1 y 2, para que un producto agrícola sea aceptado en los países miembro de la Unión Europea, deben de cumplir con los estándares establecidos en el registro 2092/91 de la Comunidad Europea, en los países de: Bélgica, España, Francia, Grecia, Italia, Países Bajos, Portugal y Suecia.

Los países restantes y los países pertenecientes a la Asociación Europea de Comercio Justo, tienen sus propios reglamentos y estándares.

Los organismos o compañías certificadoras de calidad orgánica dependen del país, como se puede observar en los cuadros 2 y 3, mientras que algunos países hay un organismo autorizado para certificar otros tienen tres o más.

Ecuador no tiene su propia empresa u organismo certificador de calidad orgánica, pero hay representantes de las empresas europeas, tal es el caso de la compañía Ecocert (francesa), que es la certificadora que otorgó el certificado del cacao que en la actualidad se exporta a Francia. Otra empresa es BCS, de Alemania, que controla del 70 - 80% del mercado de certificación en el Ecuador. OCIA (EE.UU.), Biolatina (5 países del sur y centroamericanos) y Naturland (alemana).

C.I.B.

6.8. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS REGULACIONES EUROPEAS Y LAS NORMAS ECUATORIANAS (CASO DE ESTUDIOS).-

Ecuador, no cuenta con una legislación que regule la agricultura orgánica, por lo tanto cuando se exportan productos orgánicos a Europa (Cacao Orgánico Ecuatoriano), se toman las restricciones que se encuentran en los anexos: I, parte A; II, parte B cuadro III; III, parte A (ver en Anexos) del reglamento CEE 2092/91, de la Unión Europea, que describen la parte fitosanitaria y control.

6.9. ESTÁNDARES DE CALIDAD ECUATORIANOS vs. EUROPEOS.-

El cacao que se exporta desde Ecuador (sea orgánico o no), para poder ser enviado al exterior, tiene que cumplir con las normas de calidad INEN, esta inspección de calidad es realizada por ANECACAO (Asociación Nacional de Exportadores de Cacao), una vez realizada la inspección y dada la aprobación, el cacao puede ser exportado.

Norma INEN 176

CUADRO 4

NORMA TECNICA ECUATORIANA NTE INEN 176								
Requisitos	**Uni.**	**ASSPS**	**ASSS**	**ASS**	**ASNS**	**ASN**	**ASES**	**ASE**
Cien granos pesan	g.	135 - 140	130 - 140	120 - 125	120 - 125	110 - 115	120 - 125	105 - 110
Buena Fermaentación rojo-marrrón/ mínimo	%	75	65	60	50	42	35	24
Fermentación violeta gris - marrón/máximo	%	10	10	5	10	10	15	27
Total Fermentado mínimo	%	85	75	65	60	52	50	51
Violeta máximo	%	10	15	20	25	25	30	25
Pizarroso (pastozo) máximo	%	5	9	12	13	18	18	18
Defectuosos máximo	%	0	1	3	2	5	2	6**

ASSPS: Arriba Superior Summer Plantación Selecta
ASSS: Arriba Superior Summer Selecto
ASS: Arriba Superior Selecto
ASNS: Arriba Suerior Navidad Selecto
ASN: Arriba Superior Navidad
ASES: Arriba Superior Época Selecto
ASE: Arriba Superor Época
** La granaza, se permite solo en el ASE, el máximo será 2%

Fuente: Anecacao

El comprador elige la calidad de cacao que se ajuste a su necesidad, negocia con el proveedor.

Actualmente la norma ISO 65, es la que regula la calidad en procesos agrícolas internacionalmente, pero en Ecuador aún no se ha certificado con esta norma.

En el caso del cacao orgánico que actualmente se está exportando a Europa, se llegó a un acuerdo de calidad con el cliente (Kaoka) de Francia, supervisado por Anecacao. La norma de calidad que se está aplicando, para la exportación de cacao orgánico a Francia es la siguiente:

- Porcentaje de humedad: menos del 7% (la meta es llegar a 6.5%)
- Tamaño de las almendras: peso de 100 almendras 1'15 gramos
- Prueba de Corte:
    - Granos bien fermentados 45% mínimo
    - Granos ligeramente fermentados 31% mínimo
    - Violeta (lisa) menos de 17%
    - Pizarrosa menos del 33%
    - Moho menos del 2%
    - Defectuosas (Llanas, Aglomeradas, Quebradizas) menos del 2%

CAPITULO VII. PLAN DE MERCADO

7.1. PLAN ESTRATÉGICO.-

7.1.1. MISIÓN.-

Ser reconocidos en la industria chocolatera europea como el país proveedor del cacao orgánico de aroma floral más fino del mercado mundial, Cumpliendo todas las exigencias de calidad de éste mercado, recibiendo mejores ingresos por ventas, favoreciendo así, al pequeño y mediano productor e incentivándolos a mantener la calidad del cacao en todo su procesos de producción en forma sustentable, y creando una imagen internacional de calidad para la producción cacaotera ecuatoriana.

Nuestra misión tiene un enfoque en el reconocimiento de la calidad del producto y en la imagen internacional que recobraría el Ecuador como país cacaotero.

7.1.2. VISIÓN.-

Certificar como orgánico en el mediano y largo plazo, es decir entre cinco y diez años, un porcentaje del 40 al 50% de las plantaciones de cacao ecuatoriano de ascendencia nacional existentes en la actualidad, con la finalidad de tener una mayor participación en el mercado europeo y en su industria chocolatera, mejorar la calidad de vida del productor y contribuir con la naturaleza y el ecosistema.

Aumentar nuestra participación en el mercado de los productos orgánicos, con el cacao. Obteniendo el certificado de calidad orgánica y manteniendo y mejorando en lo posible la calidad del cacao de ascendencia nacional, incrementaremos nuestras exportaciones de cacao, haciendo que la balanza comercial tenga una mejora en el rubro de las exportaciones, con este nuevo valor agregado (certificado de calidad orgánica), comenzará una nueva historia para el cacao ecuatoriano, puesto que formaremos parte de la corriente de conciencia ecológica que actualmente se desarrolla en Europa y el resto del mundo; por conservar la naturaleza y su ecosistema. Así también, mejora la calidad de vida del productor primero porque obtiene un ingreso económico mayor al comercializar un producto con este certificado, segundo la eliminación de químicos nocivos para la salud de ellos y el suelo, permitiendo que la fertilidad de sus terrenos se prolongue por más tiempo.

C.I.B.

7.1.3. Análisis FODA.-

FORTALEZAS	DEBILIDADES
☑ Variedad Arriba: Cacao Ecuatoriano reconocido por su aroma floral y sabor.	☒ Falta de estimulo a los productores para mejorar la calidad del cacao (un premio a nivel de productores).
☑ Ecuador produce, consume y exporta cacao	☒ Falta de centros de acopio
☑ Facilidad de fermentación	☒ Falta de estrategia comercial.
☑ El cacao ecuatoriano es reconocido a nivel mundial y tiene presiencia en el mercado europeo	☒ Falta de crédito se ha convertido en un factor limitante para el desarrollo de esta importante actividad; constituyéndose en un desestímulo para la misma, también las altas tasas de interés no se compadecen con las bajas rentabilidades que obtienen los agricultores. Además de baja producción de cacao de Ascendencia Nacional
☑ Es un producto importante en la economía ecuatoriana	☒ No existe fortalecimiento gremial de los agricultores cacaoteros, situación que no permite asumir en forma organizada una serie de responsabilidades en cuanto se refiere la promoción de la producción.
☑ Ecuador está certificando cacao con calidad orgánica	☒ Actualmente no esxiste en Ecuador, regulaciones oficiales para la prodicción y control de calidad de productos orgánicos.
☑ Se está incrementando el número de pequeños y medianos productores de cacao que han decidido certificar sus cultivos con la calidad de orgánico	☒ En Ecuador, hay representantes de empresas certificadoras internacionales, pero aún no existen empresas certificadoras nacionales.
☑ El cacao orgánico ecuatoriano actualmente se comercializa sin intermediarios de los productores al importador directamente.	☒ Falta de apoyo de las instituciones encargadas del cacao hacia el productor (asistencia técnica, capacitación, etc.)

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
☑ Aprovechar la oportunidad de mercado existente en Europa para los productos orgánicos.	☒ No tener producción suficiente para cumplir con pedidos grandes de cacao orgánico.
☑ Crear una marca distintiva para el cacao ecuatoriano.	☒ Baja en los precios, cuando el mercado de los orgánicos se encuentre en su etapa de madurez.
☑ Aprovechar situanciones de inestabilidad poliítica en países cacaoteros, tratando de negociar a mejores precios nuestro cacao.	☒ Presencia de fenómenos naturales (sequias, fenómeno del Niño, etc.)
☑ Aprovechar la corriente de desarrollo de la industria chocolatera orgánica.	☒ Presencia de plagas y enfermedades, en las plantaciones de cacao.

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

7.1.4. OBJETIVOS.-

- Incrementar el número de hectáreas certificadas de cacao orgánico, con el fin de aumentar el volumen de producción y exportación, y así también, aumentar la participación del cacao orgánico de Ecuador en Europa.

- Crear un distintivo para el cacao ecuatoriano, haciendo énfasis en la calidad del mismo.

- Establecer una estrategia para que el cacao orgánico de Ecuador sea comercializado y reconocido en la industria chocolatera europea.

- Establecer una estrategia de comunicación para difundir el sistema de producción ecológica (cultivos orgánicos) y sus ventajas a los productores de cacao.

7.1.5. POSICIONAMIENTO DE PRODUCTO.-

El cacao fino y de aroma ecuatoriano, son reconocidos y se encuentran muy posicionados en el mercado mundial. La Pepa de Oro, es una de las mejores cartas de presentación que tenemos en el extranjero.

El certificado de calidad orgánica le da una nueva posición e imagen al cacao de Ecuador, porque el consumidor conocerá que el chocolate que se elabora utilizando como materia prima uno de los cacaos más finos y exóticos del mundo, en su producción no daña el medio ambiente y los ecosistemas; que el productor recibió un precio justo por su producto y que su salud no corrió peligro, es decir, podemos reposicionar el cacao, aprovechando la oportunidad que nos da el sello verde.

El atractivo principal del consumo del chocolate es el placer que provoca su sabor, además de propiedades, nutricionales, energéticos, antioxidantes, afrodisíacos, antidepresivos, etc., que muchas veces son desconocidas por el consumidor.

C.I.B.

FINO Y DE AROMA, ORGÁNICO Y ECUATORIANO, son los atributos que tiene nuestro producto.

Para reposicionar el cacao ecuatoriano en el mercado internacional, se debe resaltar su principal característica "FINO Y DE AROMA", esta cualidad es única en el mundo, más el plus del certificado de "CALIDAD ORGÁNICA", que le da una ventaja competitiva frente al cacao no certificado y al cacao clonal o de otra calidad.

Para resumir los atributos de nuestro producto se creó el siguiente slogan:

THE FLAVOR OF ECUADOR, IN THE FINEST ORGANIC COCOA OF THE WORLD

El slogan, fue creado en inglés debido a que el plan de mercado es internacional, y éste es un idioma universal.

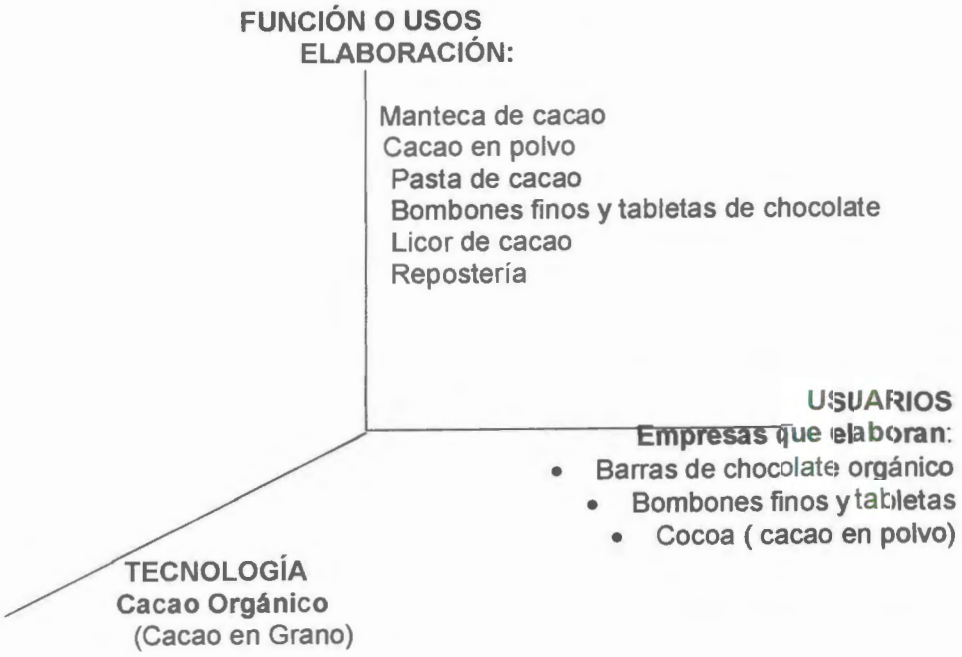
Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

El diseño de nuestro logotipo, indica que el cacao orgánico es un producto que está saliendo al mundo a satisfacer las exigencias de un nicho de mercado que reclama productos sanos y que no contaminen el medio ambiente.

La mazorca de cacao, representa a nuestro producto, cacao orgánico, los colores de la bandera representan al Ecuador, y el slogan complementa nuestro distintivo.

7.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.-

7.2.1. ANÁLISIS DE MACROSEGMENTACIÓN.-



El mercado de cacao orgánico en grano fino y de aroma, son aquellos fabricantes, que están interesados en ocupar un sitial en el nicho de mercado de los orgánicos.

Los fabricantes de productos intermedios de cacao: Barras de chocolate para repostería y cacao en polvo.

Los fabricantes de productos terminados y de consumos: Tabletas de chocolate, bombones, cocoa.

Los países que conforman la Unión Europea, son consumidores de productos orgánicos, Francia, Alemania, Bélgica, Holanda, son países consumidores de chocolate y con cultura en chocolate.

7.2.2. MICROSEGMENTACIÓN.-

La microsegmentación de este proyecto la definen dos características la geográfica y la conductual.

Geográfica porque está dirigida a Europa y de forma más específica a la Unión Europea, que es donde se encuentran los países más conocidos en cuanto a cultura, elaboración y consumo de chocolate fino.

C.I.B.

Conductual, basándonos en que Europa, la corriente de lo ecológico, sano, natural, justo, está en crecimiento y que cada vez son más los productos orgánicos que demandan. Esta conciencia ecológica que se está desarrollando es un estilo de vida y de conducta.

7.2.3. MERCADO OBJETIVO.-

En la actualidad, el mercado de la Unión Europea es el mejor opcionado para comercializar el cacao orgánico ecuatoriano.

Francia, se encuentra comprando cacao orgánico de Ecuador, al "estar en el mercado", es mucho más fácil, más económico, y tomará menos tiempo: 1) incrementar el volumen de ventas al mercado francés, 2) introducir el producto al mercado regional, esto es la Unión Europea, 3) intentar abrir nuevos mercados en otros países fuera de la Unión Europea.

Al mediano plazo, Ecuador quiere llegar al mercado Alemán que es uno de los mayores consumidores de productos orgánicos, por lo que este país es un mercado potencial para nuestro país.

Cabe señalar que las empresas certificadoras más grandes de Europa que se encuentran operando en Ecuador y que actualmente han certificado cacao ecuatoriano, tienen sus oficinas matrices en Francia (ECOCERT) y Alemania (BCS Öko- Garantie). Además,

Francia y Alemania, importan cacao convencional ecuatoriano, por lo que nuestro producto tiene una posición en estos países.

Al corto y mediano plazo Francia y Alemania son buenos mercados para nuestro cacao orgánico.

7.3.- MARKETING MIX.-

7.3.1.- PRODUCTO/CLIENTE SATISFECHO.-

Producto: CACAO ORGÁNICO FINO Y DE AROMA EN GRANO

El cacao orgánico en grano, lo podemos clasificar como un producto no tradicional de exportación, ya que el certificado de calidad orgánica le da una nueva característica comercial al cacao.

Con el cacao de calidad orgánica se obtiene la garantía de que el consumidor degusta un chocolate libre de productos químicos, que puedan dañar el medio ambiente, contaminar otros productos o hacer daño a la salud.

El cacao ecuatoriano, se lo puede considerar como un producto gourmet por su aroma floral único en el mundo y su sabor.

El cacao orgánico va empacado en sacos de yute de 59 Kg., sin aceite, y deben llevar los siguientes datos:

- Nombre y apellido, dirección del productor/exportador, país de origen
- Denominación del producto, calidad
- Año de cosecha
- Peso neto, unidades que contiene
- Numeración
- Puerto/ Lugar de destino, dirección del comitente, importador
- Marcación que indique claramente que el producto es de calidad orgánica

Además, para resaltar el origen del producto es importante, que en empaque (saco), se incluya el logotipo del producto y el slogan.

7.3.2. PRECIO/COSTO A SATISFACER.-

Los precios del cacao se los establece a través de las bolsas de Londres y Nueva York.

Además se establece un premio económico por tonelada, que puede ser del 20 al 30% más del precio (entre US. $ 400 – 500).

SISTEMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS POR SISTEMA DE PRECIO PROMEDIO.-

Para el caso de cacao orgánico ecuatoriano el precio se lo establece a través de la bolsa de Nueva York, el cacao es negociado con el cliente y con los productores, obteniendo el precio promedio de la semana anterior, eliminando así el precio de especulación.

A la factura comercial que se envía a Francia, se adjunta un anexo, donde se describen la semana, la cantidad y el precio a que se adquirió el cacao orgánico para ese embarque, como se muestra en el ejemplo siguiente:

CUADRO 1

COMPRADOR:
FECHA:
PAIS DE ORIGEN
DESTINO:
TIPO DE PRODUCTO:
LOTE:
VAPOR:

CODIGO	No. de Sacos	Q.Q.	Peso Neto Kg.	Precio Ton.	Precio US$ / kg.	Valor Total US$
D17-2	7	10,91	494,87	1.760,00	1,76	870,98
D18-2	46	67,43	3.058,60	1.765,00	1,77	5.398,44
D19-2	9	13,60	616,89	1.705,00	1,71	1.051,80
D20-2	5	7,92	359,25	1.703,00	1,70	611,80
H20-2	14	21,51	975,69	1.703,00	1,70	1.661,60
D21-2	8	11,30	512,56	1.765,00	1,77	904,68
D22-2	11	16,10	730,29	1.768,00	1,77	1.291,15
D23-2	7	10,46	474,46	1.782,00	1,78	845,49
D24-2	7	10,01	454,05	1.767,00	1,77	802,31
H24-2	5	7,19	326,14	1.767,00	1,77	576,28
B24-2	3	4,98	225,89	1.767,00	1,77	399,15
H27-2	2	2,80	127,01	1.824,00	1,82	231,66
P27-2	25	39,27	1.781,28	1.824,00	1,82	3.249,05
P28-2	32	51,52	2.336,93	1.885,00	1,89	4.405,12
TOTAL	**181**	**275,00**	**12.473,92**	**24.785,00**	**24,785**	**22.299,50**

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

La primera columna, contiene el código de la organización (D), la semana en que se compró el cacao (17), el otro número es el año (2), la segunda columna es el número de sacos y la tercera es el equivalente en quintales, el precio por tonelada; es el precio promedio de la semana anterior, por ejemplo: se suman todos los precios de la semana 17 se los divide y se obtiene el precio al que se va a comprar la semana 18, se calcula el precio por Kg., y se lo multiplica por el número de Kg. Adquiridos (4) (6) y se obtiene el precio final por semana de cada organización.

Para el caso de Ecuador se ha negociado un premio de US $250 cuando la tonelada en bolsa de Nueva York se cotice a un precio menor o igual a US $1250 por tonelada, y de US $200, cuando su precio sea mayor a US $1250 la tonelada. Se llegó a este acuerdo con el cliente, puesto que él es quien corre con los gastos de certificación.

A las asociaciones se le establece un precio y de él se deduce un margen fijo de ganancia, por ejemplo:

CUADRO 2

FECHA DEL 30 DE DICIEMBRE 2002 AL 3 DE ENERO 2003

Para esta semana se utilizó el precio promedio de la semana anterior

	LUNES 30	MARTES 31	MIERCOLES 1	JUEVES 2	VIERNES 3
TON. US $	2.129,60	2.129,60		2.129,60	2.129,60
ASOCIACION	96,80	96,80		96,80	96,80
PRODUCTOR	91,00	91,00		91,00	91,00
MARGEN DE LA ASOCIACIÓN	5,80	5,80		5,80	5,80

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

SISTEMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS POR SISTEMA ESPECULATIVO.-

La fijación de precios en forma especulativa es el más común; se consideran el precio del cacao fijado en la bolsa, y los intermediarios y/o exportadores, compran el producto a los productores, estos pueden ser independientes o formar parte de cooperativas y/o asociaciones (éstos por contar con transporte en ocasiones obtienen mejores precios por quintal).

El comprador (intermediario y/o exportador), almacenan el producto para negociarlo con el importador, durante la negociación fijan un precio, si el precio en la bolsa varia mientras se acopia la cantidad de quintales vendidos, el importador puede ganar una mayor cantidad de lo esperado (si es que el precio en bolsa sube), o puede obtener pérdida (si es que el precio de bolsa baja). El productor o la asociación, pierde dinero si el precio en la bolsa sube, y el fijó el precio de su cacao antes de que esto suceda y viceversa.

Así también, si el precio del quintal baja, el intermediario y/o exportador que compró a un precio mayor perdió dinero, pero si éste sube y el intermediario había adquirido el cacao obtuvo ganancia.

En este caso las asociaciones no tienen fijado un porcentaje establecido, cada asociación fija su ganancia.

CUADRO 3

FECHA DEL 30 DE DICIEMBRE 2002 AL 3 DE ENERO 2003

	LUNES 30	MARTES 31	MIERCOLES 1	JUEVES 2	VIERNES 3
TON. US $	2.004,00	2.021,00		2.099,00	2.145,00
ASOCIACION	85,00	86,00		89,00	91,00
PRODUCTOR	80,00	81,00		84,00	86,00

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

No es aconsejable realizar negociaciones de precios por este método si el producto no va ser exportado en un plazo máximo de quince días.

El sistema de fijación de precios promedio, es el más conveniente para el caso de Ecuador en cacao orgánico, puesto que le permite obtener al productor una ganancia esperada, que le permitirá planificar de mejor manera sus actividades de producción y su economía personal. Además, es conveniente para el importador porque con este sistema él sabe de mejor manera cuanto paga en la semana a su proveedor, sin esperar a fijar un precio que puede subir o bajar sin previo aviso. Hay que recordar que el cacao orgánico tiene un premio económico adicional al precio fijado en bolsa.

El productor obtiene un precio fijo por quintal en la semana, lo cual no sucede si lo vendiera en forma especulativa.

CUADRO 4

FECHA DEL 30 DE DICIEMBRE 2002 AL 3 DE ENERO 2003

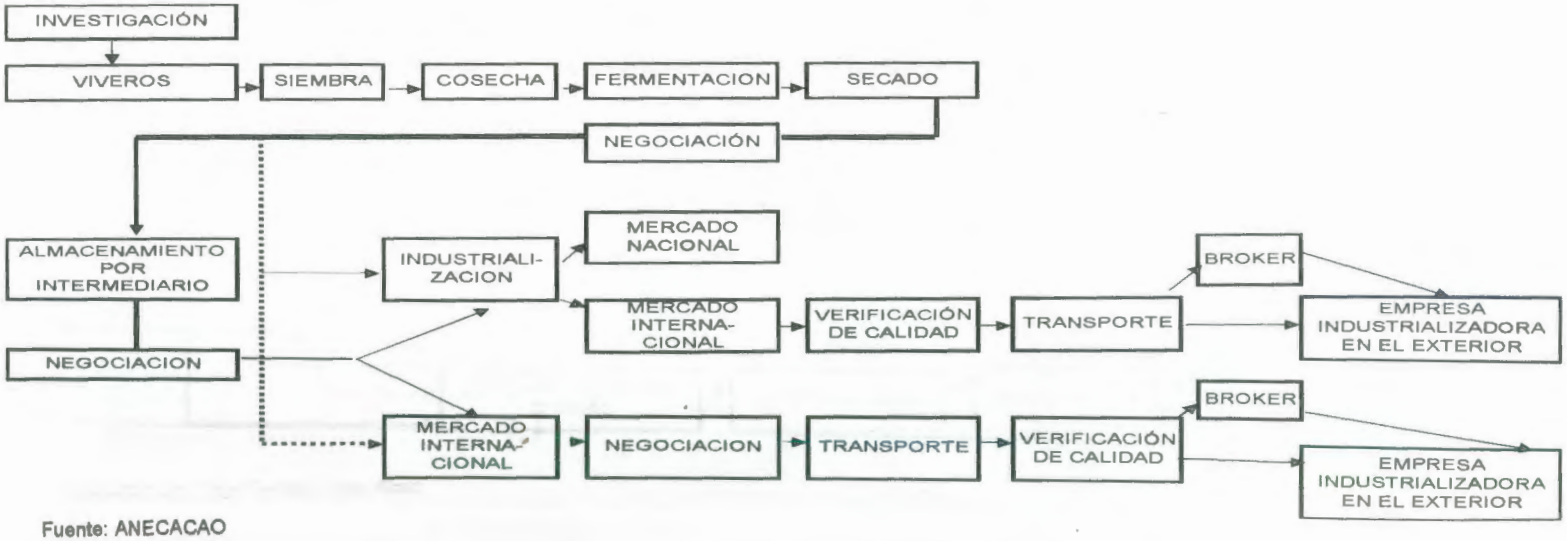
	LUNES 30	MARTES 31	MIERCOLES 1	JUEVES 2	VIERNES 3
PRODUCTOR PRECIO PROMEDIO	91	91		91	91
PRODUCTOR PRECIO ESPECULATIVO	80	81		84	86

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

7.3.3. PLAZA/CONVENIENCIA/CANALES DE DISTRIBUCIÓN.-

- **CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAO CONVENCIONAL.-**

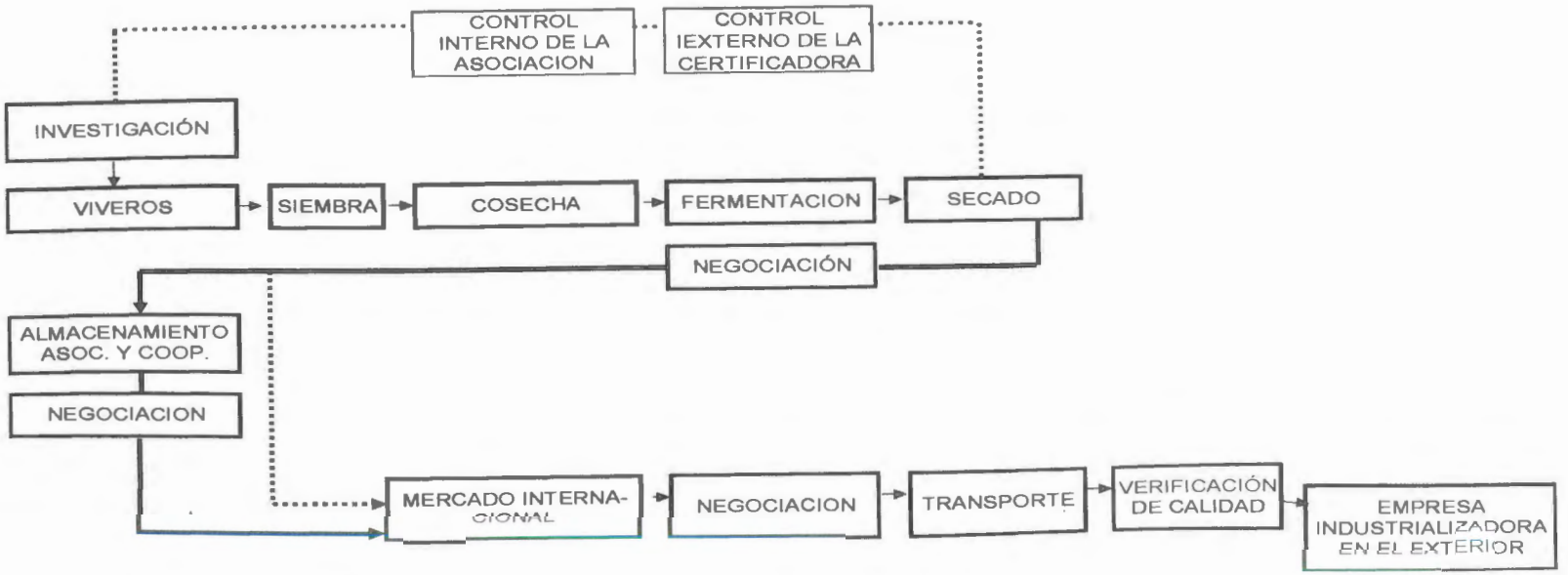
Grafico 1



Fuente: ANECACAO

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN CACAO ORGÁNICO

GRAFICO 2



Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

La cadena de comercialización de cacao orgánico, elimina a los intermediarios, por lo tanto los pequeños y medianos productores comercializan su producción a través de sus cooperativas y asociaciones, y van directamente al productor de chocolate.

El cacao orgánico que se vende actualmente en Ecuador, es exclusivamente para el mercado internacional, y negociando directamente con el importador, por esta razón no entra la distribución nacional en este esquema. Los productores y empresas comercializadoras de cacao, que lo han certificado sin primero conseguir mercado, venden su producción en el mercado local, y no se les reconoce la calidad orgánica, es decir lo venden como un cacao convencional, y por lo tanto forman parte de la primera estructura de distribución.

La cadena se reduciría aún más si el productor tuviera capacidad de él mismo vender su producción al extranjero.

Actualmente los controles de parte de la certificadora y de la asociación, comienzan en la etapa de la siembra y abarcan hasta el secado.

Esta cadena de distribución actualmente es utilizada en Ecuador, Costa Rica, República Dominicana y otros.

7.3.4. COMUNICACIÓN.

7.3.4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNACIONAL.

Para promocionar el cacao orgánico de Ecuador en Europa, se utilizarán diferentes medios:

- **Publicidad en revistas especializadas de cacao (por ejemplo: Coffee & Cocoa International).-** En el caso de esta publicación es bimensual.

- **Promocionar el cacao orgánico por internet**.- En la página web de UNOCACE, ANECACAO y CORPEI, insertando nueva información a estas páginas, solo se invertiría en la actualización y se renovaría en forma anual el dominio.

- **Entregar información del producto (brochures).-** Utilizar como medio de difusión internacional para promocionar el cacao las embajadas de Francia y Alemania, y el de Ecuador en estos países entregando brochures que informen a los productores de chocolate en estos países que Ecuador produce cacao orgánico fino y de aroma, para la elaboración de bombones y chocolate fino.

C.I.B.

- **Participación en ferias internacionales de productos orgánicos y de chocolate.** - La feria más grande de productos orgánicos que tiene Europa es BIO-FACH, esta es una feria donde se exponen los diferentes productos orgánicos producidos a nivel mundial, por ejemplo: cacao, chocolate, café, jugos, frutas y vegetales, etc., este año la feria se realizará en Nuremberg, Alemania del 13 al 16 de febrero. Los productores ecuatorianos de alimentos orgánicos participarán ella con el auspicio de CORPEI, el costo por participante es de US $ 1 500,00 y podrán exhibir sus productos y participar en las ruedas de negocios que se desarrollarán.

- **Entregas de souveniers en aerolíneas que van a Europa, cruceros y hoteles (muestras de chocolate orgánico).-** Establecer alianzas con aerolíneas internacionales europeas, cruceros con destino Islas Galápagos, cadenas hoteleras, que obsequien bombones elaborados con cacao fino y orgánico de Ecuador a sus clientes.

7.3.4.2. PLAN DE DIFUSIÓN INTERNA.-

- **Seminarios y conferencias y días de campo**.- Para difundir que es la producción y productos orgánicos y sus ventajas, dirigidas a los pequeños y medianos productores de cacao en lugar (provincia o ciudad) que se encuentren los cultivos. Estos seminarios y días de

campo, tienen el objetivo de promover el desarrollo de la producción de cacao orgánico y evaluar los resultados de la misma.

- **Publicitar en radio los seminarios y conferencias.-** Utilizar estaciones radiales que sean populares en las localidades rurales, para realizar cuñas promocionando los seminarios, conferencias y días de campo con la finalidad de integrar a más productores de cacao.

- **Material POP.-** Entregar afiches y brochures, en las asociaciones de cacaoteros para informar a los productores sobre agricultura orgánica.

7.4. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS DEL PLAN DE MERCADO.-

PRESUPUESTO SUGERIDO 1.- Más Ácido

CUADRO 5

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Fondos compartidos CORPEI (préstamo no reembolsable)	800,00	800,00			
Aporte Anecacao	1.600,00	1.600,00	800,00	800,00	800,00
Exportadores, productores de Cacao (ferias)	3.205,00	6.410,00	12.820,00	12.820,00	12.820,00
Aportaciones de exportadores, productores y fundaciones	12.600,00	12.600,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00
Ingresos por seminarios	2.400,00	2.400,00	-	-	-
Ingresos por ventas de bombon	12.000,00	12.000,00	13.500,00	13.500,00	13.500,00
Total de Ingresos	**32.605,00**	**35.810,00**	**30.480,00**	**30.480,00**	**30.480,00**
Egresos					
Publicidad en revistas internacionales especializadas	9.615,00	9.615,00	9.615,00	9.615,00	-
Participación en feria de productos orgánicos	3.705,00	7.410,00	14.820,00	14.820,00	14.820,00
Souveniers y brochures	14.650,00	14.650,00	-		
Internet (actualización y costo del dominio)	500,00	200,00	200,00	200,00	200,00
total comunicación internacinoal	**28.470,00**	**31.875,00**	**24.635,00**	**24.635,00**	**15.020,00**
Orgainzación de seminarios y publicidad	3.200,00	3.200,00	-	-	-
Día de Campo	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Total de comunicación para difusión	**3.200,00**	**3.200,00**	**1.500,00**	**1.500,00**	**1.500,00**
TOTAL EGRESOS	**31.670,00**	**35.075,00**	**26.135,00**	**26.135,00**	**16.520,00**
total	**935,00**	**735,00**	**4.345,00**	**4.345,00**	**13.960,00**
Saldo inicial	-	**935,00**	**1.670,00**	**6.015,00**	**10.360,00**
Saldo final de presupuesto	**935,00**	**1.670,00**	**6.015,00**	**10.360,00**	**24.320,00**

Las cantidades son las mínimas requeridas

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

PRESUPUESTO SUGERIDO 2.- OPTIMISTA

CUADRO 6

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Fondos compartidos CORPEI (préstamo no reembolsable)	8.000,00	8.000,00			
Aporte Anecacao	1.600,00	1.600,00	800,00	800,00	800,00
Exportadores, productores de Cacao (ferias y días de campo)	3.205,00	6.410,00	12.820,00	12.820,00	12.820,00
Aportaciones de exportadores, productores y fundaciones	6.720,00	6.720,00	3.360,00	3.360,00	3.360,00
Ingresos por seminarios	4.800,00	4.800,00	-	-	-
Ingresos por ventas de bombon	12.000,00	12.000,00	13.500,00	13.500,00	13.500,00
Total de Ingresos	**36.325,00**	**39.530,00**	**30.480,00**	**30.480,00**	**30.480,00**
Egresos					
Publicidad en revistas internacionales especializadas	9.615,00	9.615,00	9.615,00	9.615,00	-
Participación en feria de productos orgánicos	3.705,00	7.410,00	14.820,00	14.820,00	14.820,00
Souveniers y brochures	15.000,00	15.000,00	-		
Internet (actualización y costo del dominio)	500,00	200,00	200,00	200,00	200,00
total comunicación internacinoal	**28.820,00**	**32.225,00**	**24.635,00**	**24.635,00**	**15.020,00**
Orgainzación de seminarios y publicidad	4.200,00	4.200,00	-	-	-
Día de Campo	-	-	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Total de comunicación para difusión	**4.200,00**	**4.200,00**	**1.500,00**	**1.500,00**	**1.500,00**
TOTAL EGRESOS	**33.020,00**	**36.425,00**	**26.135,00**	**26.135,00**	**16.520,00**
total	**3.305,00**	**3.105,00**	**4.345,00**	**4.345,00**	**13.960,00**
Saldo inicial	**-**	**3.305,00**	**6.410,00**	**10.755,00**	**15.100,00**
Saldo final de presupuesto	**3.305,00**	**6.410,00**	**10.755,00**	**15.100,00**	**29.060,00**

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

La CORPEI, cuenta con el programa de fondos compartidos, en el cual se otorgan valores no reembolsables a las empresas u organizaciones comercializadoras de productos de exportación tradicionales y no tradicionales, para la realización de varias actividades de promociones de exportaciones.

Los proyectos beneficiados con este programa, son aquellos que tengan monto global máximo de US $50 000,oo para productos tradicionales y de US $70 000,oo para productos no tradicionales, los proyectos son calificados por la CORPEI y los montos otorgados son de mínimo de US $800,oo y máximo de US $8 000,oo. (Ver anexos).

Se están considerando dos seminarios por año, el costo de los seminarios por asistente es de US $40,oo, en el presupuesto optimista se está considerando la asistencia de 60 personas y en el escenario más ácido 30 personas por seminario.

Se sugiere que los exportadores, productores y fundaciones, aporten con montos de US $150,oo mensuales en el más ácido los primeros dos años y US $80,oo en los tres años siguientes. En el presupuesto optimista, los dos primeros años se sugiere una aportación de US $80,oo y US $ 40,oo en los últimos tres años, es necesario que el sector de estas aportaciones para que se pueda desarrollar el plan de mercado.

Dentro de las aportaciones de Anecacao, y los exportadores productores y fundaciones, se encuentran financiados los días de campo, seminarios y publicidad.

Las cajas de bombones contendrán 24 bombones finos hechos de cacao orgánico, a un precio de US $2,oo, por caja los dos primeros años como promoción y US $2,25 del año tres en adelante, la cantidad mínima requerida de venta es de 6000 cajas.

ADENDUM

Souveniers: Bombones con información sobre el producto.-

Ecuador es conocido a nivel internacional por producir un cacao con de aroma único en el mundo. A finales del siglo XIX y principios del siglo XX, el cacao fue el principal generador de divisas en el Ecuador, por lo que se lo bautizó como la **PEPA DE ORO**, término que sigue vigente, puesto que el cacao aún es uno de los productos de exportación, más importantes de Ecuador. El cacao se cultiva principalmente en las provincias de El Guayas, El Oro, Manabí y Los Ríos.

Estos bombones son 100% ecuatorianos, y se elaboraron con el cacao orgánico de la mejor calidad y aroma que produce Ecuador y el mundo. Este producto por ser orgánico ayuda a la conservación del medio ambiente y está libre que sustancias químicas.

DISFRÚTELO

NOTA: Esta leyenda se la encontrará en Inglés, Español, Francés y Alemán, junto a una muestra de bombones

C.I.B.

PAGINA WEB.-

The flavor of Ecuador,
in the finest organic cocoa of the world

EL AROMA Y SABOR DEL ECUADOR, EN EL CACAO ORGÁNICO MÁS FINO DEL MUNDO	**THE FLAVOR OF THE ECUADOR, IN THE FINEST ORGANIC COCOA IN THE WORLD**
LA PRODUCCIÓN DE CACAO ORGÁNICO EN ECUADOR	THE PRODUCTION OF ORGANIC COCOA IN ECUADOR
La Unión de Organización Campesinas Cacaoteras de Ecuador (UNOCACE) fue creada en el año 1999, como parte de uno de los programas del Proyecto ECU-B7-3010/93/176 , con la finalidad de comercializar y exportar directamente cacao tipo Nacional Fino y de Aroma .	La Union de Organizaciones Campesinas Cacaoteras de Ecuador (UNOCACE) it was created in the year 1999, like part of one of the programs of the Project ECU-B7-3010/93/176, with the purpose of to trade and to export Fine cocoa directly .
UNOCACE agrupa 17 organizaciones campesinas con un total de 950 pequeños productores que actualmente utilizan métodos agrícolas – sustentables seguros para el medio	UNOCACE contains 17 rural organizations with a total of 950 small farmers that at the moment use agricultural methods - sustainable insurance for the environment and the health of the farmers. They have been

ambiente y la salud de los agricultores. Se han certificado hasta ahora 3.300 hectáreas. Toda la producción de cacao orgánico en manos de pequeños productores, se vende en forma directa a la chocolatera francesa KAOKA, obteniendo un precio razonable por la calidad de cacao fino y orgánico. El Ecuador ofrece las condiciones agro climáticas para la producción orgánica de cacao del más exquisito aroma floral variedad "arriba" que cumple los estándares de calidad en el mercado internacional y sin degradar el medio ambiente. El diferencial de precios del cacao orgánico ante el cacao convencional y su facilidad de conversión al sistema orgánico, han sido las razones para que más agricultores se asocien indirectamente a UNOCACE, por lo que el desarrollo de la producción orgánica de cacao fino y de aroma va en buen camino. Además, la empresa exportadora Maquita Cushunchic, el Grupo Prieto entre otros, están certificando sus plantaciones, y están promocionando su producto en el mercado internacional.	certified 3.300 hectares. The production of organic cocoa in hands of small farmers, is sold in direct form to KAOKA, obtaining a reasonable price for the quality of fine and organic cocoa. The Ecuador has the weather conditions to produce to the organic cocoa with the most exquisite aroma and flavor, that satisfy the standards of quality in the international market and without degrading the environment. The differential of prices of the organic cocoa in the face of the conventional cocoa and their easiness conversion to the organic system, they have been the reasons so more small farmers are associating indirectly to UNOCACE, for that the development of the organic production of fine cocoa and of aroma she/he goes in good road. Also, the exporter company Maquita Cushunchic, the Grupo Prieto and others, they are certifying their plantations, and they are promoting their product in the international market.

REGIONES DE PRODUCCIÓN DE CACAO ORGÁNICO ECUATORIANO	REGIONS WHERE ECUADORIAN ORGANIC COCOA TAKES PLACE

Provincias donde se Cultiva cacao orgánico fino y de aroma

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

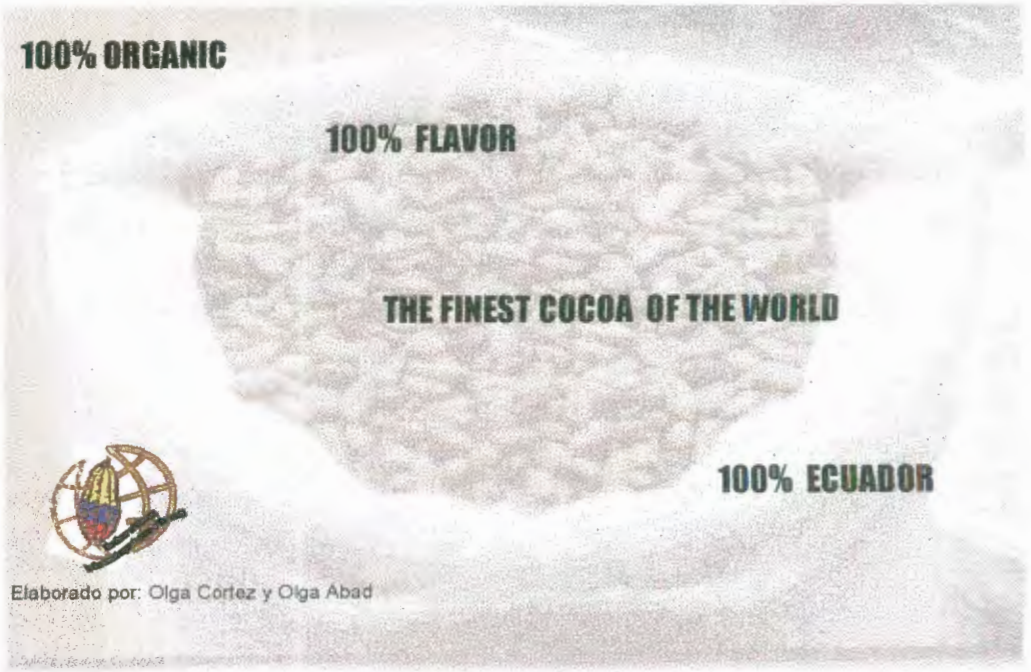
CONTENIDO DEL BROCHURE PARA COMUNICACIÓN INTERNACIONAL.- El brochure contendrá, información sobre el cacao ecuatoriano, especificaciones de calidad, productores, logotipo y slogan.

BROCHURE PARA DIFUSIÓN INTERNA.- Este brochure, contendrá información de lo que es la agricultura orgánica, empresas certificadoras, donde obtener información para poder participar de lo que es la certificación.

PUBLICIDAD INTERNACIONAL 1

Ecuadorian cocoa the finest of world,
now is organic

PUBLICIDAD INTERNACIONAL 2



AFICHES PARA DIFUSIÓN INTERNA.-

Los productos certificados con sello de calidad orgánica tienen mejor precio en el mercado internacional

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

¡CERTIFICANDO NUESTRO CACAO GANAREMOS MÁS !

Produciendo cacao sin químicos cuidamos nuestra salud, el medio ambiente y nuestro suelo.

Obteniendo el certificado de calidad orgánica o sello verde, nos pagarán mejor por nuestro cacao en el mercado internacional.

Infórmese en el centro agrícola de su cantón.

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

C.I.B.

CAPÍTULO VIII. COMERCIO EXTERIOR E IMPACTO AMBIENTAL

8.1.- BARRERAS ARANCELARIAS, NO ARANCELARIAS Y PREFERENCIAS.-

En la actualidad el cacao Ecuatoriano tanto tradicional como con certificación de producto orgánico, no tiene ninguna barrera para entrar al mercado europeo, cumpliendo con todas las normas establecidas (fitosanitarias y de empaque). El cacao procedente de Ecuador hacia Europa, no paga aranceles, es decir ingresa al mercado con cero arancel.

Al largo plazo, las personas que no oferten al mercado europeo, productos con calidad de orgánicos, se encontrarán con una barrera de entrada para este mercado, puesto que la tendencia del comercio es la adquisición de productos con certificación orgánica.

8.2. TRANSPORTE, EMPAQUE Y EMBALAJE.-

8.2.1. EMBALAJE.-

El cacao se embalará en sacos que permitan su ventilación, estos sacos se almacenarán uno sobre otro sobre tarimas o tablones de madera durante poco tiempo en la región de producción. El uso de sacos de material orgánico (yute), se evitarán si los sacos fueron tratados con pesticidas. La mantequilla que hay en la cáscara del cacao es un excelente medio de disolución para los hidrocarburos clorados que al entrar en contacto con la cáscara se introducen en las semillas del cacao.

En los análisis que se realicen en tales cacaos se pueden sobrepasar sin mayor cuidado los factores límite para determinadas sustancias agrovenenosas, sin que antes se hayan utilizado pesticidas en los cultivos.

Los espacios de almacenaje estarán bien ventilados. La temperatura del almacén en ningún caso sobrepasará la temperatura del exterior.

En los cultivos convencionales es usual el tratar el cacao con bromuro metílico para controlar los parásitos que se establecen en los almacenes. Se utilizan, además, jabón de tetralina, entre otros. En la agricultura orgánica no se permite ni el tratamiento con gases ni la aplicación de insecticidas a los espacios de almacenamiento.

8.2.2. Empaque.-

Empaque en grandes (bulks o al granel)

Para exportar hacia Europa, las almendras de cacao se empacan preferiblemente en sacos de 60-70 kg.

Los sacos en que se empaca el cacao deberán llevar los siguientes datos de identificación:

- Nombre y apellido, dirección del productor/exportador, país de origen
- Denominación del producto, calidad
- Año de cosecha
- Peso neto, unidades que contiene
- Numeración
- Puerto/ Lugar de destino, dirección del comitente, importador

- Marcación que indique claramente que el producto es de calida orgánica

En el caso de Ecuador, el empaque, transporte y embalaje se los realiza de la siguiente manera:

Las exportaciones son realizadas por vía marítima, es decir por barco. El puerto de embarque o de partida es el Puerto de Guayaquil.

El cacao que se exporta desde Ecuador va empacado en sacos de yute de 59 Kg., sin aceite. Para el control de plagas e insectos dentro de la bodega y del contenedor en el que se encuentra el cacao orgánico, se están utilizando trampas con feromonas, puesto que no se permite utilizar ningún tipo de insecticida.

8.3. PARTIDAS Y PREFERENCIAS ARANCELARIAS.-

El cacao en grano es exportado con la siguiente partida, indiferente de si es cacao orgánico o convencional o su calidad.

El cacao en grano es exportado bajo la partida arancelaria 180010010

8.4.- TRÁMITES Y DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN.-

8.4.1. TRAMITES DE EXPORTACIÓN.-

1.- Registros de firmas del exportador en el Banco Central

2.- FUE: Formulario único de exportación (Banco Central)
Con la ayuda de un tramitador, llenar el formulario del FUE especificando:

- Nombre del vendedor; nombre del comprador;
- Descripción y peso de la mercadería;
- Precio FOB (puesto el cacao en el puerto ecuatoriano).
- El FUE tiene 15 días de vigencia desde su apertura.
- Negociación del lote y contrato de venta

3.- Establecer el precio FOB de la mercadería, indicado en el FUE

- Debe ser inferior o igual al precio mínimo referencial.

4.- Certificado de calidad de Anecacao

- Se paga a Anecacao el 0.3% del valor FOB.
- Anecacao contrata a una empresa verificadora y declara el lote dentro o fuera de norma.

- Un lote fuera de norma se lo despacha solo con un acuerdo con el comprador.

- Si es necesaria una segunda inspección, sólo se pagará el 0.1% adicional del valor FOB de la exportación.

5.- Contrato de la compañía naviera

- Cupo en la naviera (Actualmente existen dificultades para lograr cupos, debido a que se han reducido un poco las importaciones desde Ecuador, entonces han disminuido el número de buques).
- Se contacta con anticipación buques que vienen del sur del continente (Chile o Perú).
- Se sitúan los contenedores de las características especificadas por el comprador.
- Presentación de documentos básicos

6.- Conocimiento de embarque y envío de documentos al cobro

Se requiere:

- Conocimiento de embarque (entrega a naviera 2 días después del embarque
- Certificado fitosanitario (entregado por el SESA)
- Certificado de origen (entregado por el MICIP)
- 3 facturas originales

7.- Justificación de las divisas (75 a120 días)

- Se hace el pago del 0.15% a la CORPEI
- Se paga al estado un impuesto sobre exportaciones

8.4.2. DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN.

Certificado de origen (MICIP)
Certificado fitosanitarios (SESA)
Póliza por traslado al puerto
Declaración de franquicia 2%
Permiso de ingreso de personal
Guía de embarque
Peso en báscula (Autoridad Portuaria)
Conocimiento de embarque (1 ó 2 días después del embarque)
Factura de cobro.

8.5. IMPACTO AMBIENTAL.-

Para cuantificar el impacto ambiental que resulta de este proyecto, nos hemos apoyado en la matriz de Leopold, de identificación y cuantificación de impactos ambientales.

DATOS PRIMARIOS DE LA MATRIZ DE LEOPOLD

TIPO DE IMPACTO	ACTIVIDADES / IMPACTOS AMBIENTALES	USO DE AGROQUIMICOS	AGROINDUSTRIA
ASPECTOS FISICOS	AGUA	-1 / +1	NO
	SUELO	-1 / +3	NO
	ECOLOGIA	+3 / +5	NO
ASPECTOS SOCIALES	POBLACION	+4 / +3	+9 / +3
	TRABAJO	+7 / +2	+9 / +3
	SALUD Y EDUCACION	+5 / +2	+8 / +3
	TENENCIA DE LA TIERRA	NO	NO

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

MATRIZ DE LEOPOLD DE CUANTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

IMPACTOS AMBIENTALES / ACTIVIDADES	USO DE AGROQUIMICOS	AGROINDUSTRIA	ACTIVIDADES +	ACTIVIDADES -	Σ +	Σ -	DIFERENCIA
AGUA	-1			1		1	-1
SUELO	-3			1		3	-3
ECOLOGIA	+15		1		15		15
POBLACION	+12	+27	2		39		39
TRABAJO	+14	+27	2		41		41
SALUD Y EDUCACION	+10	+24	2		34		34
TENENCIA DE LA TIERRA							
CONSECUENCIAS +	4	3	7				
			7				
CONSECUENCIAS -	2			2			
				2			
U.I.A. Σ +	51	78			129		
					129		
U.I.A. Σ -	4					4	
						4	
DIFERENCIA	**47**	**78**					**125**

Elaborado por: Olga Cortez y Olga Abad

RESUMEN DE IMPACTOS AMBIENTALES.-

Para la evaluación de impacto ambiental se tomaron en consideración dos actividades (Agroindustria y Uso de Agroquímicos) y dos tipos de impacto (Físico y Social).

Hemos evaluado el impacto de uso de agroquímicos, porque, aunque el producto en estudio es orgánico se utilizan "agroquímicos biológicos" como parte de los insumos, por ejemplo Bocachi, alquitrán vegetal, Biol todos ellos como fertilizantes.

La Agroindustria como su concepto lo explica no solo es la elaboración de productos sino que: "implica el manejo de producción, transformación y comercialización de las materias primas provenientes de la agricultura, ganadería y recursos pesqueros; tanto como producto final y/o intermedio, para procesos que continúan en la cadena productiva; estabiliza productos, los transforma y los adapta al régimen alimentario y no alimentario. Además, involucra una gama completa de alimentos procesados, producción de textiles, fibras naturales y productos no alimentarios (cuero, madera, papel, etc.). Así mismo, toda actividad que se genera y alimenta de materias primas (productos y subproductos de la misma) originadas en el sector básico de la economía."

C.I.B.

Dentro de los aspectos físicos, encontramos: Ecología, Suelo y Agua; en los aspectos sociales se analizaron: La Población, Educación y salud, Trabajo y Tenencia de la Tierra. Se consideraron estas variables debido a que es un producto agrícola y por lo tanto se relacionan directamente con estas.

Del análisis realizado con respecto al impacto del medio ambiente se establecen los siguientes resultados:

Se han generado 125 Unidades de Impacto Ambiental (U.I.A.) positivas, frente a 4 U.I.A.s negativas, lo significa que el impacto arnbiental de un cultivo de cacao orgánico no representa amenaza para el medio ambiente, ni para las personas que trabajan en estos cultivos.

IMPACTOS POSITIVOS.-

Es positivo para los aspectos sociales, debido que la aplicación de fertilizantes orgánicos, en este caso no tiene repercusiones en la salud del usuario y el consumidor, además al necesitarse mano de obra para la fertilización, control de malezas, mantenimiento de los cultivos, etc., se crean plazas de trabajo en el campo y se evita emigración de la población.

También es positivo para la naturaleza, puesto que el uso de fertilizantes y abonos orgánicos no contaminan los ecosistemas.

Otro aspecto social importante es el de la educación, las personas que se están dedicando al cultivo de cacao orgánico, están recibiendo capacitación en cuanto a la preparación de los insumos que deben utilizar, en la parte de agroindustria, en este caso en el trabajo post-cosecha.

IMPACTOS NEGATIVOS.-

La calificación obtenida en los impactos negativos es sumamente baja (4), por lo que no registra mayores riesgos ambientales o de salud.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Aprovechar la oportunidad que tienen los productos orgánicos en el mercado, no solo en cacao, sino en todos los productos agrícolas exportables que tiene Ecuador.

- Es necesario que el productor y/o el comercializador, realicen un análisis para ver que es más conveniente para ellos; si llegar a un acuerdo con el comprador con el fin de que sea el quien corra con los costos de certificación, pero que el productor y/o el comercializador, ganen un premio menor a cambio de la certificación y se vean obligados a vender toda su producción a un mismo cliente; ó que el productor y/o el comercializador incurra en los costos de certificación, obteniendo un premio mayor y comercializando su producción libremente. En el caso de los pequeños y medianos productores, la primera opción es la más indicada.

- En el caso de los pequeños y medianos productores, no es rentable para ellos invertir en la certificación de manera individual, es preferible que se agrupen o se hagan miembros de alguna asociación, puesto que de esta manera bajarían los costos del proceso de certificación del lote, ya que los valores del mismo se repartirían entre varios productores.

- El mercado de Ecuador es muy pequeño para crear una entidad certificadora propia.

- Para que la obtención de un certificado orgánico sea realmente justificable, es recomendable hacerlo por mínimo 20 hectáreas de cacao.

- La CORPEI, entre sus proyectos tiene el de crear a futuro una unión internacional de cacaoteros de cacao fino y de aroma, liderado por Ecuador.

- Conseguir información de otras empresas y asociaciones que cultiven cacao orgánico, además de UNOCACE, resulta difícil

puesto que la información en muchos casos es reservada, confidencial y no se difunde públicamente, por temor a la competencia, o muchas veces por un egoísmo tradicional en el medio.

- El comprador actual de cacao orgánico de Ecuador, quiere cumplir con una meta 20.000 quintales de cacao ecuatoriano para dentro de cuatro años, lo que significa que se necesitan más productores certificados.

- Ecuador no tiene un reglamento aprobado oficialmente por el estado para ofertar la producción orgánica agropecuaria.

- La creación de una micro empresa, para la elaboración de bombones finos con cacao orgánico. Es el inicio de una nueva rama empresarial, que permitirá: 1) financiar parcialmente la estrategia de comunicación del plan de mercado. 2) Difundir el chocolate orgánico en el mercado interno y hacerlo conocer a los consumidores foráneos, ya que el producto se distribuirá en: hoteles, cruceros turísticos, aerolíneas; y en un futuro podrá

comercializarse en puntos de venta internos. 3) Esta actividad significará nuevos puestos de trabajo, los mismos que aumentarán conforme se desarrolle el plan propuesto y el mercado futuro.

- La producción de cacao orgánico es un proyecto rentable tanto para el productor como para el exportador y para las exportaciones del país, puesto que incrementa un nuevo producto a la cartera de productos exportables del Ecuador.

RECOMENDACIONES

- Las personas que quieren iniciar un cultivo de cacao, se recomienda que desde el inicio lo trabajen como cultivo orgánico.

- Es necesario darle mayor énfasis en la promoción y difusión del día nacional del cacao, puesto que este producto es uno de los rubros más importantes en las exportaciones ecuatorianas.

- Para que los productores de cacao orgánico, puedan comercializar su producción en el exterior, es recomendable asegurar primero el mercado (cliente) en el extranjero.

- No es aconsejable que Ecuador tenga su propia empresa certificadora de productos orgánicos, puesto que estos organismos necesitan ser reconocidos internacionalmente.

- Los productores de cacao orgánico y el organismo controlador del cacao, deberían empezar a unir información para que se comience a realizar un control estadístico tanto en producción como en exportaciones.

BIBLIOGRAFIA.-

INTERNET.-

www.icco.org

www.acri.cocoa.org

www.fao.org

www.mag.gov.ec

www.micip.gov.ec

www.iiconet.org

www.ecuanex.net.ec

www.uplac.gov.br

www.corpei.org

www.coecam.org

www.bce.fin.ec

www.inamhi.gov.ec

www.humbolt.org.co

www.organiceurope.com

www.cideiber.com

www.inec.gov.ec

www.ecuador.fedexpor.com

www.infoagro.go.cr

www.eurosur.org

www.diario-expreso.com

www.elagro.com.ec

www.erpe.org.ec

www.agendaorganica.cl

www.rlcfao.org
www.zotecnocampo.com
www.iicca.com
www.agrocadenas.gov.co
www.ciat.fao.org
www.organic-research.com
www.unctad.com
www.codexalimentarius.net
www.sica.gov
www.ecuador-exporta.com
www.proarco.org
www.upb.edu.co
www.sagpya.mecon.gov.ar
www.ecuacocoa.com
www.anecacao.com
www.unocace.com
www.coag.com
www.consumaseguridad.com
www.fairtrade.net/cocoa.html
www.yachanagourmet.com
www.rapunzel.com
www.choclove.com

Libros y Publicaciones.-

Quality & Communication for the organic market 6, INFOAM Organic Trade Conference, Octubre 20 – 23, Editon 1999 – Florencia Italia. Willy Lockeretz – Bernward Geier.

El cultivo del cacao, Gustavo Enriquez – Alfredo Paredes. Segunda Edición San José Costa Rica 1983. Editorial Universidad Estatal a distancia.

Ingenieria Económica, Degarmo- Sullivan- Bontadelli- Wicks, décima edición.
Prentice Hall.

La Investigación de mercados Entorno de Marketing Tercera Edición Dillon Madden Firtle Mc Graw Hill.

Revista Sabor Arriba Octubre 2002 No 1. Revista de la Asociación de exportadores de cacao.

Revista Sabor Arriba Noviembre 2002 No 2. Revista de la Asociación de exportadores de cacao.

III Censo Nacional Agropecuario

Diario El Universo Artículos varios.

ANEXO

CAPITULO 2

MODELOS DE ESTABLECIMIENTOS DE PLANTACIONES DE CACAO:

MODELO No. 1:

AÑO: 1	AÑO: 2	AÑO: 3	AÑO: 5-10	AÑO: 11 EN ADELANTE
Maíz/ Arroz seco Papayeros Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Papayeros Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Papayeros Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Cacao Árboles de Sombra

MODELO No. 2:

AÑO: 1	AÑO: 2	AÑO: 3	AÑO: 5-10	AÑO: 11 EN ADELANTE
Maíz Fríjoles Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Plataneros Cacao Árboles de Sombra	Cacao Árboles de Sombra

MODELO No. 3:

AÑO: 1	AÑO: 2	AÑO: 3	AÑO: 5	AÑO: 6-10	AÑO: 11 EN ADELANTE
Piñas	Piñas	Piñas	Piñas	Plataneros	Cacao
Plataneros	Plataneros	Plataneros	Plataneros	Cacao	Árboles de Sombra
Cacao	Cacao	Cacao	Cacao	Árboles de Sombra	
Árboles de Sombra	Árboles de Sombra	Árboles de Sombra	Árboles de Sombra		

MODELO No. 4:

AÑO: 1	AÑO: 2	AÑO: 3	AÑO: 5	AÑO: 6-10	AÑO: 11 EN ADELANTE
Maíz	Papayeros	Papayeros	Plataneros	Plataneros	Cacao
Papayeros	Plataneros	Plataneros	Cacao	Cacao	Árboles de Sombra
Plataneros	Cacao	Cacao	Árboles de Sombra	Árboles de Sombra	
Cacao	Árboles de Sombra	Árboles de Sombra	Frutales	Frutales	
Árboles de Sombra	Frutales	Frutales			
Frutales					

En el cuadro siguiente aparecen datos de diversos países productores, se puede ver le peso promedio de las pepas, el porcentaje de cáscara y grasa de cacao:

PAIS DE ORIGEN	PESO DE 100 PEPAS	CÁSCARA Y GERMEN EN %	CONTENIDO DE GRASA EN %
AFRICA			
GHANA	105,8	13,3	56,9
NIGERIA	113,8	12,3	57,3
COSTA DE MARFIL	112,8	12,6	58,2
CAMERÚN	101,8	12,9	56,3
AMERICA LATINA			
BRASIL	104	15,3	56,5
ECUADOR	129	14,2	53,4
TRINIDAD	105,7	17,3	56,7
MÉXICO	113,4	9	53,2
GRANADINA	97,9	16,6	59,7
ASIA			
NUEVA GUINEA	120,4	16,4	56,9
INDONESIA	0,3	9,9	53,6

FIGURA 1

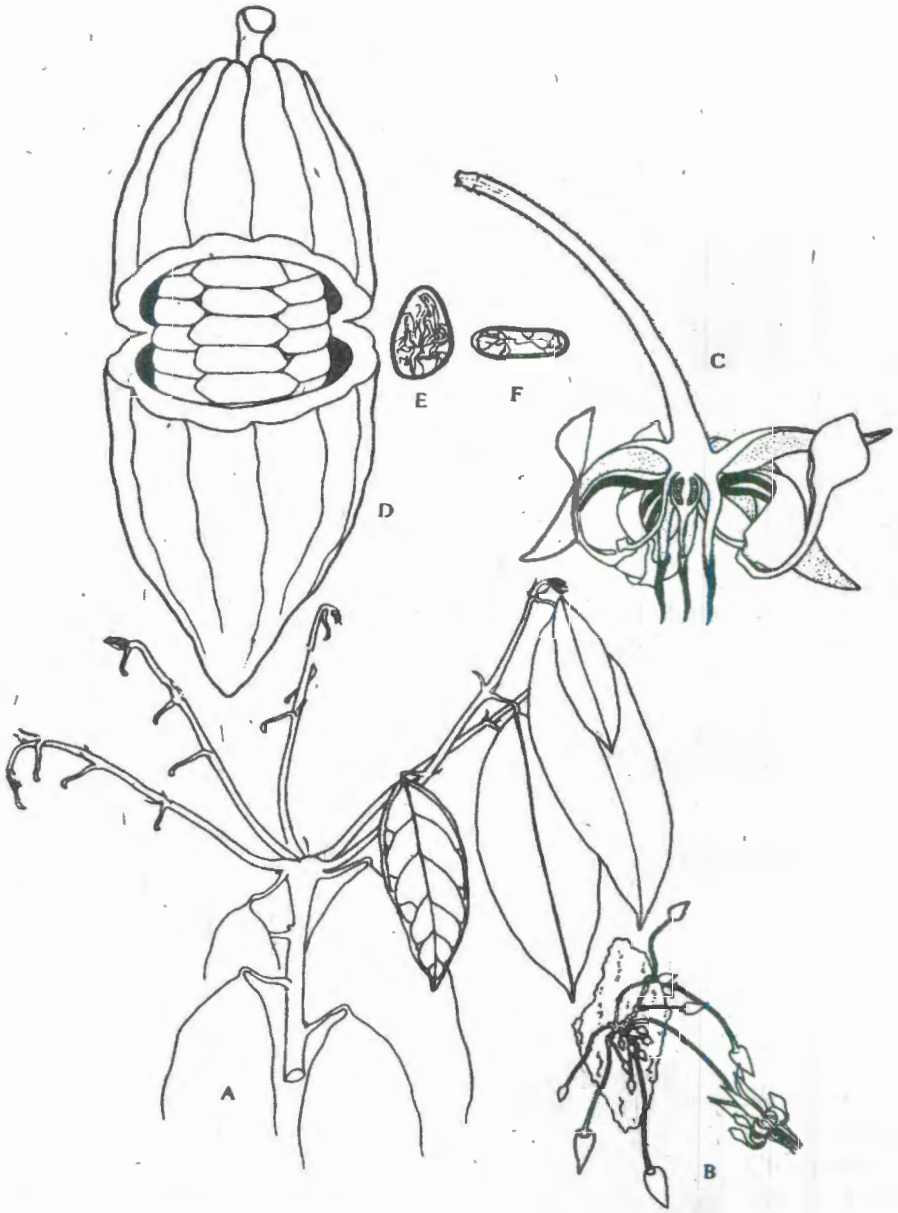


Figura 2.10: Theobroma cacao
A. Porción de una rama, B. Inflorescencia, C. Corte longitudinal de una flor, D. Fruto, E. Corte longitudinal de la semilla, F. Corte transversal de la semilla.

MAZORCA DE CACAO Y SUS PARTES

ANEXO

CAPITUO 4

ESCUELA SUPERIOR ESPOL
C.I.B.

Callebaut - Belgium

Chocolate Bars for Personal Enjoyment

Click on the product image to see a larger photo.
Navigation buttons at bottom of page.

4-Pack of 3x4 Bars, 47g/1.65oz per bar, 188g/6.6oz per pack

62% Cacao
4-pack of 47g (188g/6.6oz total) Dark Chocolate bars, 62% Cocoa.

Price $4.95 Quantity:

***New!* Organic Semisweet Bloc**
Now you can have the superb quality of Callebaut chocolate made with organic ingredients! Try a 5 Kg / 11 lb of this **55.5% cocoa, 34.8% cocoa fat** semisweet cooking/baking chocolate bloc in

***New!* Unsweetened Chocolate Liquor Chunks**
By popular request, we now have Callebaut's purest 100% Cocoa unsweetened chocolate in small chunks. Repackaged by *Oy, Chocolate!*, a

your favorite recipe. This *Kosher (K-D) chocolate is a good general-purpose chocolate for decorating, desserts, filling, ganache, ice cream, moulding, mousse, thin coating, and baking. Formula: Belgian BIO-D-120. *Kosher certification is from OK. All ingredients, except soya lecithin, are certified organic by Ecocert BE1 under EC Regulations.

5 Kg/11 lb Organic Semisweet Bloc, Regular: $119.95
Special $99.95

Quantity:

680g/1.5 lb Bag of Unsweetened Chocolate Liquor Bits, Price: $12.75

Quantity:

divison of Chocosphere, this *Kosher (K-P) chocolate is convenient to use because you don't have to shave or break it into pieces! This product is made in Canada. *Kosher certification is from OK.

Cocoa Camino Organic Chocolate - Switzerland

Cocoa Camino Organic Chocolate is produced in Switzerland from only the finest organic, fair trade ingredients. Cocoa for Cocoa Camino's fine chocolate bars is grown using earth friendly techniques, under a shade canopy in the rain forests of the Domician Republic. The ingredients in these organic chocolate bars are farmed according to Fair Trade practices, giving local growers better working and economic conditions.

Phone Toll-free 877-992-4626 (877-99-CHOCO) / FAX Toll-free 877-912-4626.

Click on the product image to see a larger photo.

Cocoa Camino Organic Chocolate Bars

Cocoa Camino makes three delicious organic, fair trade chocolate bars: Milk 38% Cocoa, Dark with Almonds 55% Cocoa, and Bittersweet 71% cocoa. Whatever your taste, one of these delicious bars is sure to please!

Cocoa Camino Organic Milk Chocolate Bar, 38% Cocoa — Price $3.25 - Quantity: [ ]

Special 5-Pack Value!
Milk Chocolate Bar 5-Pack
Save $1.30!
Price $14.95 - Quantity: [ ]

Cocoa Camino Organic Dark Chocolate Bar with Chopped Organic Almonds, 55% Cocoa — Price $3.25 - Quantity: [ ]

Special 5-Pack Value!
Dark w/Almonds Chocolate Bar 5-Pack
Save $1.30!
Price $14.95 - Quantity: [ ]

Cocoa Camino Organic Bittersweet Chocolate Bar, 71% Cocoa — Price $3.25 - Quantity:

Special 5-Pack Value!
Bittersweet Chocolate Bar 5-Pack
Save $1.30! — Price $14.95 - Quantity:

Green & Black's Organic Chocolate from Europe!

Green & Black's was started in 1991 with the goal of making an environmentally friendly organic chocolate of the highest quality. We think the result is some absolutely delicious organic chocolate! Be it dark chocolate or milk chocolate, chocolate bars, squares, or cooking chocolate, Green and Blacks adds no synthetic chemicals or genetically modified ingredients. Also, Green & Black's purchases organically-grown cocoa for a selection of their products according to 'Fairtrade' practices with sensitivity to the well being of farmers.

Detailed information regarding organic certification and ingredients of Green & Blacks chocolate can be found at www.greenandblacks.com

Phone Toll-free 877-992-4626 (877-99-CHOCO) / FAX Toll-free 877-912-4626.

Green & Black's Organic Chocolate Gifts & Special Treats

Click on the product image to see a larger photo.

***New!* Green & Black's Organic Dark Chocolate Butter Biscuits**
These organic biscuits (cookies) have a wonderful, crisp flavor that comes from natural organic butter, and just the right amount of sweetness. Topped with Green & Black's Organic Dark Chocolate (60% Cocoa), they are an incredibly delicious treat! Made with natural organic ingredients, these biscuits

***New!* Green & Black's Organic Milk Chocolate Butter Biscuits**
These organic biscuits (cookies) have a wonderful, crisp flavor that comes from natural organic butter, and just the right amount of sweetness. Topped with Green & Black's Organic Milk Chocolate (37% Cocoa), they are an incredibly delicious treat! Made with natural organic ingredients, these

are as wholesome as they are delectable. Each box has 15 biscuits, 125g/4.4oz net wt.

Price $5.35 Quantity:

5-Pack Value!

Dark Chocolate Biscuit 5-Pack
Save $3.00!

Price $23.75 Quantity:

biscuits are as wholesome as they are delectable. Each box has 15 biscuits, 125g/4.4oz net wt.

Price $5.35 Quantity:

5-Pack Value!

Milk Chocolate Biscuit 5-Pack
Save $3.00!

Price $23.75 Quantity:

***New!* Bag of Assorted Squares**

Chocosphere brings you a better value! Now get 48 Green & Black's squares in a four flavor assortment for the same price as the 36 piece, three flavor box we used to offer. 48 squares (total 216g/7.6oz) -- 12 pieces each of Dark 70%, Maya Gold, Milk and White, in a clear cello bag packaged by Chocosphere. A nice bite-sized selection for yourself, and makes a great gift!

Price $15.95 Quantity:

5-Pack Value!

Bag of Assorted Squares 5-Pack
Save $7.50!

Price $72.25 Quantity:

Organic Hot Chocolate Mix

A 300g/10.56 jar of Organic Hot Chocolate Mix, made with 60% cocoa dark chocolate for a rich, deep flavor. Just add hot milk to enjoy a delicious beverage! Or, sprinkle on top of your café latté or cappuccino for that special finishing touch.

Price $12.95 Quantity:

5-Pack Value!

Organic Hot Chocolate Mix 5-Pack
Save $6.25!

Price $58.50 Quantity:

Green & Black's Organic Chocolate Bars

Click on the product image to see a larger photo.

Organic Dark Chocolate
A 100g/3.5oz Dark Chocolate bar made with 70% Cocoa and only a small amount of sugar, bringing out the full flavor of the cocoa.

Price $4.25 Quantity:

5-Pack Value! **Organic Dark Chocolate 5-Pack**
Save $2.50!

Price $18.75 Quantity:

Organic Milk Chocolate
A 100g/3.5oz Milk Chocolate bar, made with 34% Cocoa for a rich, creamy taste.

Price $4.25 Quantity:

5-Pack Value! **Organic Milk Chocolate 5-Pack**
Save $2.50!

Price $18.75 Quantity:

Organic Maya Gold Chocolate
A 100g/3.5oz Dark Chocolate bar with Orange and a hint of Rainforest Spices, 55% Cocoa.

Price $4.25 Quantity:

5-Pack Value! **Maya Gold 5-Pack**
Save $2.50!

Price $18.75 Quantity:

Organic Hazelnut & Currant
A 100g/3.5oz Dark Chocolate bar with Hazelnuts and sweet, plump Currants, 60% Cocoa.

Price $4.25 Quantity:

5-Pack Value! **Hazelnut & Currant 5-Pack**
Save $2.50!

Price $18.75 Quantity:

Organic White Chocolate
A 100g/3.5oz White Chocolate bar made with real Bourbon Vanilla, blended with Cocoa Butter and full-cream Milk for a rich and smooth taste.

Price $4.25 Quantity:

5-Pack Value! **Organic White Chocolate 5-Pack**

Organic Mint Chocolate
A 100g/3.5oz Bittersweet Dark Chocolate bar with an intense Peppermint Cream center, 70% Cocoa. Deliciously refreshing!

Price $5.50 Quantity:

5-Pack Value! **Organic Mint Chocolate 5-Pack**

Save $2.50!

Price $18.75 Quantity:

Save $2.50!

Price $25.00 Quantity:

Baking/Cooking

Click on the product image to see a larger photo.

Organic Cocoa Powder

125g/4.4oz reclosable tin of natural Cocoa Powder, 100% Cocoa and nothing else. The ideal ingredient for your organic baking needs, or make your own hot chocolate drink!

Price $5.50 Quantity:

5-Pack Value!

Organic Cocoa Powder 5-Pack

Save $2.50!

Price $25.00 Quantity:

Organic Cooking Chocolate

This 150g/5.3oz bar of 72% Cocoa bittersweet chocolate is delicious and rich in flavour, suitable for making cakes, desserts, and chocolates.

Price $6.50 Quantity:

5-Pack Value!

Organic Cooking Chocolate 5-Pack

Save $2.75!

Price $29.75 Quantity:

Rapunzel's chocolate bars are the first 100% organic chocolate line on the market.
Most other organic chocolates may include non-organic soy lecithin as an emulsifier.

Rapunzel's chocolate bars have an amazingly silky texture and premium flavor thanks due to a three day conching process and the use of only the best quality ingredients.

Our chocolate is made with Rapadura™, whole organic cane sugar, with better nutritional profile, due to the sweetener.

Rapunzel's manufacturer Maestrani in St. Gallen, Switzerland conches the chocolates up to 72 hours as opposed to the common 3-4 hours. Conching is part of a blending process of the cocoa butter, cocoa liquor (non-alcoholic), sugar and other ingredients. It triggers an oxidation process that reduces the bitterness that naturally occurs in cocoa beans. The chocolates become smooth, rich and creamy.No genetically engineered soy lecithin is used, nor do we treat the cocoa beans with potassium carbonate to alkalize them (dutch cocoa) ; only the purest, the highest quality, and the most nutritious ingredients compose Rapunzel Swiss chocolate. We are proud to produce a healthy and delicious chocolate which provides a vehicle for your support of so many fine organic family farmers.

C.I.B.

Truffles | Chocolates | Nut Clusters | Fruits | Gourmet Snacks | Cookies | Holiday Treats | Corporate Gifts

Click here to see our Valentine's Gifts

Neuchatel offers a variety of the most superb gourmet S
including; butter creams, nut clusters, chocolate covere
chips, chocolate covered pretzels, chocolate covered ar
Neuchatel's famous truffles.

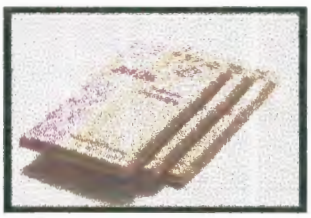
All our products are made from Swiss Premium Chocola
Chocolatier in small batches to ensure optimum flavor. T
products and Swiss premium chocolate makes our truffl
irresistible and has earned us a reputation for excellence

With all the effort we put into our products, it is imperativ
100% satisfied. We hope that you will give us the opport
chocolatier. If you have had the pleasure of tasting Neuc
would like to thank you for allowing us to serve your Swi
first experience with Neuchatel, we will do our best to en

Thank You!

*If there are any questions or comments concerning our s
immediately.*

Tel: 800-597-0759
Fax: 610-932-9036
Email:info@neuchatelchocolates.com



Organic Milk Chocolate Bar-$2.99/each
Weight 3 oz, 85g

Organic Dark Chocolate Bar-
$2.99/each
Weight 3 oz, 85g

Continuing Neuchatel Chocolates' reputation in exce
present its newest line of Swiss Chocolate: Neuchate

All ingredients are organically grown and produced a
Association of the Swiss Organic Farmers Organizat

This product contains 99% Fair Trade ingredients. B
you are promoting a more equitable trading system t
situation of the growers of commodities such as coc

ANEXO

CAPITULO 6

EMPRESAS CERTIFICADORAS EUROPEAS.-

ALEMANIA	AUSTRIA	HOLANDA	SUIZA
Arbeitsgemeinschaft für Naturnahen Obst-Gemüse und Feldfruchtanbau. ANOG	Bio Garantie	Eco Fair Foundation	Forschungs Institut fur Biologischen Landbau. FIBL
ÄA Arbeitsgemeinschaft für Ökologischen Landbau	Biolandwirtschaft Ennstal	SKAL	Societé Générale de Surveillance. SGS
Bioland Baden Württemberg	ERNTE fur das Leben	Verenining voor biologish Dynamische Landbouw (Demeter)	VSBLO – BIO SUISSE - Vereinigung Schweizerischer Biologischer
Bioland Bayern	Österreichiescher Demeter Bund	**ITALIA**	**SUECIA**
ALICON	**BELGICA**	AEB - Associazione AgriEcoBio	Ekologisk Kontrollföreningen för Ekologisk Odling. KRAV
AGRECO	BLIK. Studiebureau Biologische Landbouw	Associazione Suolo&Salute	Svenska Demeterförbundet
Biokreis Ostbayern	Bio Garantie	Associazione Italiana per L´Agricoltura Biologica. AIAB	ECOCERT, BCS.RT, BCS.
Bioland- Bioland Verband für Organisch Biologischen Landbau	ECOCERT	Associazione Marchigiana per l´Agricoltura Biologica. AMAB	
Bioland Schlewig Holstein/ Mecklenburg Vorpommern	Nature et progrès – Belgique	BioAgriCoop	
Bioland Baden Württemberg .	PROBILA-UNITRAB - Nationale Beropsver van Verwerkers en Verdelers van produkten v. Biolosche Landbouw	Consorzio per il Controllo Prodotti Biologici (CCPB)	
Bioland Nordrhein Westfalen	Union Nationale des Agrobiologistes Belges. UNAB	Coordinamento Toscano Produttori Biologici. CTPB	
BIOPARK	**DINAMARCA**	COOP ARABIOS - Cooperativa Agricola Attivita di Ricerca Biolog. in Sicilia	
Bundesverband Naturkost Naturwaren Einzelhandel. BNN-Eh	Landsforeningen økologisk Jordbrug	Ecocert	
Bundesverband für Ökologische Biologische Landprodukte. BÖLA	Demeterforbundet & Foreningen for Bio-Dynamisk Jordbrug	Demeter Italia	
DEMETER BUND	**ESPAÑA**	**LUXEMBURGO**	
ECOLAND Verband für Ökologische Land und Ernährungswirtschaft	Consell Català de la Producciò Agrària Ecològica	Veräin fir Biologesch- Dynamesch Lanwirtschaft Lëtzebuerg	
ECOCERT	Vida Sana	Nverenegung fir Bilogesche Landbau Lëtzebuerg	
ECOVIN Bundesverband Ökologischer Weinbau	**FRANCIA**	**PORTUGAL**	
Gesellschaft für Resourcenschutz GfR	Bio contact	AGROBIO. Associçao Portuguesa de Agricultura Biológica	
NATURLAND	Organisme Gestionanaire de la Marque Biobourgogne. OGM Biobourgogne	SOCERT Portugal. Certifacação Ecológica	
nternational Nutrition/ Health and Agriculture	Qualité France	**REINO UNIDO**	
ÖKOSIEGEL e.V	Sydicat Européen des Transformateurs de Produits de l´Agriculture Biologique. SETRAB	Organic Food Federation. OFF	
BCS ÖKO-GARANTIE GMBH – BIO – CONTROL -SYSTEM	Socotec	SOIL Association	
OC&I Gesellschaft für Kontrolle und Zertifizierung von Qualitätssscherung	Nature et Progres	United Kingdom Register of Organic Food Standards. UKROFS	
Thiele und Thiele Consult	Ecocert	**PORTUGAL**	
Sächsische Interessengemeinschaft Ökologischer Landbau. SIGÖL	Unitrab	AGROBIO. Associçao Portuguesa de Agricultura Biológica	

PRINCIPIOS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN LAS EXPLOTACIONES

A.- VEGETALES Y PRODUCTOS VEGETALES

1. Los principios enumerados en el presente Anexo deberán haberse aplicado normalmente en las parcelas durante un período de conversión de la menos dos años antes de la siembra, o en el caso de los cultivos vivaces distintos de las praderas de al menos tres años antes de la primera cosecha de los productos a que se refiere la letra a) del apartado 1 del artículo 1. El organismo de control podrá, con el consentimiento de la autoridad competente, decidir que dicho período, en ciertos casos, se prorrogue o reduzca habida cuenta de la utilización anterior de las parcelas.

En concreto, un Estado miembro podrá reducir el período de conversión al mínimo indispensable en caso de que se haya aplicado un tratamiento a las parcelas, con un producto que no figure en la parte B del Anexo II, dentro de una campaña de lucha contra una enfermedad o plaga, declarada obligatoria por la autoridad competente del Estado miembro en su territorio o en algunas partes de éste respecto a un cultivo determinado.

La reducción del período de conversión estará supeditada al cumplimiento de las siguientes condiciones:

- que las parcelas se hayan convertido ya a la agricultura ecológica o estén en curso de conversión;

- que la degradación del producto fitosanitario de que se trate garantice, al final del período de conversión, un contenido de residuos insignificante en el suelo y, en caso de que se trate de un cultivo vivaz, en la planta;

C.I.B.

- que el Estado miembro interesado informe a los demás Estados miembros de su decisión respecto de la obligatoriedad del tratamiento, así como de la amplitud de la reducción prevista del período de conversión;

- que la cosecha siguiente al tratamiento no pueda venderse con la denominación ecológica.

2. Tanto la fertilidad como la actividad biológica del suelo deberán ser mantenidos o incrementados en los casos apropiados mediante:

a) el cultivo de leguminosas, abono verde o plantas de enraizamiento profundo, con arreglo a un programa de rotación plurianual adecuado, y/o

b) la incorporación al terreno de abonos orgánicos obtenidos de residuos procedentes de explotaciones cuya producción se atenga a las normas del presente Reglamento. En espera de la adopción de normas técnicas comunes relativas a las producciones animales ecológicas, los subproductos de la ganadería, como el estiércol de granja, se podrán utilizar si proceden de explotaciones ganaderas que se ajusten a la regulación nacional vigente o, en su defecto, a prácticas internacionales reconocidas en materia de producción animal ecológica.

Sólo podrán realizarse incorporaciones de los fertilizantes orgánicos o minerales a que se refiere el Anexo II en la medida en que la nutrición adecuada de los vegetales en rotación o el acondicionamiento del suelo no sean posibles mediante únicamente los medios mencionados en las letras a) y b).

Para la activación del compost pueden utilizarse preparados apropiados a base de microorganismos o de vegetales.

También podrán emplearse para los fines a que se refiere el presente punto los llamados "preparados biodinámicos" de polvo de roca, estiércol de granja o a base de vegetales".

3. La lucha contra los parásitos, enfermedades y malas hierbas deberá realizarse mediante la adopción conjunta de las siguientes medidas:

- selección de las variedades y especies adecuadas;
- un adecuado programa de rotación;
- medios mecánicos de cultivo;
- protección de los enemigos naturales de los parásitos mediante medidas que los favorezcan (por ejemplo: setos, nidos, diseminación de predadores);
- quema de malas hierbas.

Solo en caso de que un peligro inmediato amenace el cultivo podrá recurrirse a los productos a que se refiere el Anexo II.

4. La recolección de vegetales comestibles y de sus partes que crezcan espontáneamente en zonas naturales, forestales y agrícolas se considerará como un método ecológico de producción siempre que:

- dichas zonas no se hayan sometido durante los tres años anteriores a la recolección a ningún tratamiento con productos distintos de los indicados en el Anexo II;

- la recolección no afecte a la estabilidad del hábitat natural ni al mantenimiento de las especies de la zona, en la que aquella tenga lugar.

III. Sustancias que se utilizarán sólo en trampas y/o dispersores

Condiciones generales:

- las trampas y/o los dispersores deberán impedir la penetración de las sustancias en el medio ambiente así como el contacto de éstas con las plantas cultivadas,

- las trampas deberán recogerse una vez que se hayan utilizado y se eliminarán de modo seguro

DENOMINACIÓN	**DESCRIPCIÓN, REQUISITOS DE COMPOSICIÓN Y CONDICIONES DE UTILIZACIÓN**
(*) Fosfato diamónico	Atrayente Sólo en trampas
Metaldehído	Molusquicida Sólo en trampas, que contnga un repelente de las especies animales superiores Sólo se podrá utilizar durante el período que expira el 31 de marzo del 2002
Feromonas	Insecticidas, atrayente En trampas y dispersores
Piretroides (sólo deltametrina o lambdacihalothrina)	Insecticida Sólo en trampas con atrayentes específicos

	Únicamente contra Batrocera oleae y Ceratitis capitata Necesidad reconocida por el organismo de control o la autoridad de control Sólo se podrá utilizar durante el período que expira el 31 de marzo del 2002
(*) En determinados Estados miembros los productos marcados con un asterico no se considerán productos fitosanitarios ni están sujetos a las disposiciones de la legislación vigente para los productos fitosanitarios.	

REQUISITOS MINIMOS DE CONTROL Y MEDIDAS PRECAUTORIAS ESTABLECIDOS DENTRO DEL RÉGIMEN DE CONTROL CONTEMPLADO EN LOS ARTÍCULOS 8 Y 9

A. 1 Vegetales y productos vegetales de la explotación agraria o de la recolección.

1. La producción deberá llevarse a cabo en una unidad cuyas parcelas, zonas de producción y almacenes estén claramente separados de cualquier otra unidad que no produzca con arreglo a las normas del presente Reglamento; las instalaciones de transformación y/o de envasado podrán formar parte de dicha unidad cuando ésta se limite a la transformación y/o al envasado de su propia producción agrícola.

2. Al iniciarse la aplicación del régimen de control, tanto el productor, incluso cuando su actividad se limite a la cosecha de vegetales que crezcan naturalmente, como el organismo de control deberán:

- hacer una descripción completa de la unidad, indicando las zonas de almacenamiento y producción así como las parcelas o las zonas de recolección y, en su caso, los lugares donde se efectúen determinadas operaciones de transformación o envasado;

- determinar todas las medidas concretas que deba adoptar el productor en su unidad para garantizar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento;

- y, en el caso de la recolección de vegetales que crezcan naturalmente, las garantías que pueda presentar el productor, ofrecidas en su caso por terceras partes, en cuanto al cumplimiento del punto 4 del Anexo I.

Tanto la descripción como las medidas previstas se incluirán en el informe de inspección, que también será firmado por el productor concernido.

Dicho informe mencionará también:

- la fecha en que por última vez se hayan aplicado en las parcelas o en las zonas de recolección productos cuya utilización sea incompatible con lo dispuesto en la letra b) del apartado 1 del artículo 6.

- el compromiso del productor de realizar las operaciones de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 5 y 6, y de aceptar, en caso de infracción, la aplicación de las medidas indicadas en el apartado 9 del artículo 9 y, en su caso, en el apartado 3 del artículo 10.

3. Con anterioridad a la fecha fijada por el organismo de control, el productor deberá notificar anualmente a dicho organismo su programa de producción vegetal, detallándolo por parcelas.

4. Deberá llevar una contabilidad mediante anotaciones y/o documental que permita al organismo de control localizar el origen, la naturaleza y las cantidades de todas las materias primas adquiridas, así como conocer la utilización que se ha hecho de las mismas; deberá llevarse, además, una contabilidad mediante anotaciones o documental relativa a la naturaleza, las cantidades y los destinatarios de todos los productos agrarios vendidos. Las cantidades se globalizarán por día cuando se trate de ventas directas al consumidor final.

Cuando sea la misma unidad la que elabore su propia producción agraria, la contabilidad deberá incluir la información que se indica en el tercer guión del número 2 de la letra B de este Anexo.

5. Queda prohibido cualquier almacenamiento en la unidad de materias primas distintas de aquéllas cuya utilización sea compatible con las disposiciones de la letra b) del apartado 1 del artículo 6 y del artículo 7.

6. Además de las visitas de inspección sin previo aviso, el organismo de control deberá efectuar, como mínimo una vez al año, un control físico completo de la unidad. Podrán tomarse muestras con vistas a la búsqueda de productos no autorizados en virtud del presente Reglamento. En cualquier caso, dichas muestras deberán tomarse cuando exista presunción de que se haya utilizado un producto no autorizado. Después de cada visita deberá levantarse un acta de inspección, que también será firmada por el responsable de la unidad controlada.

7. El productor deberá permitir al organismo de control el acceso a los locales de almacenamiento y producción, para la inspección, y a las parcelas, así como a la

contabilidad y a los correspondientes justificantes y facilitará a dicho organismo toda la información necesaria para la inspección.

8.1. Los productos contemplados en el artículo 1, sólo podrán ser transportados a otras unidades, tanto mayoristas como minoristas, en envases o recipientes adecuados cuyo sistema de cierre impidan la sustitución de su contenido y que vayan provistos de una etiqueta en la que se mencionen, sin perjuicio de cualquier otra indicaciones exigida legalmente:

a) el nombre y la dirección de la persona responsable de la producción o de la elaboración del producto o, en caso de mencionarse otro vendedor, una indicación que permita a la unidad receptora y al organismo de control determinar de forma inequívoca quién es la persona responsable de la producción.

b) el nombre del producto y, conforme a las disposiciones del artículo 5 aplicables al caso, una referencia al método ecológico de producción.

8.2. Sin embargo, no se requerirá el cierre de los envases o recipientes cuando:

a) el transporte se efectúe entre un productor y otro operador que se hallen sometidos al sistema de control establecido en el artículo 9;

b) los productos vayan acompañados de un documento que recoja la información exigida en el punto 8.1 anterior.

9. En caso de que un operador explote varias unidades de producción en la misma comarca, las unidades situadas en esa comarca y que produzcan vegetales o productos vegetales no contemplados en el artículo 1, así como los centros de almacenamiento de las materias primas (fertilizantes, productos fitosanitarios y semillas), estarán también sujetos al régimen de control respecto al párrafo primero del punto 2 y a los puntos 3 y 4. En estas unidades no podrán producirse vegetales de la misma variedad que los vegetales producidos en la unidad a que se refiere el punto 1.

No obstante, los productores podrán quedar eximidos de los dispuesto en la última frase del párrafo anterior:

a) En caso de producción de cultivos vivaces (cultivos arbóreos, vid y lúpulo), siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

1.- La producción estará incluida en un plan de conversión que comprometerá al productor formalmente y con arreglo al cual el inicio de la conversión a la producción ecológica de la última parte de las superficies incluidas en el mismo comenzará lo antes posible y, en todo eso, en un plazo máximo de cinco años.

2.- Se habrán tomado las medidas oportunas para garantizar en todo momento la separación de los productos procedentes de cada una de las unidades consideradas.

3.- La cosecha de cada uno de los productos considerados se comunicará al organismo de control con una antelación de al menos 48 horas.

4.- Inmediatamente después de concluida la cosecha, el productor comunicará al organismo o a la autoridad de control las cantidades exactas que haya cosechado en las unidades consideradas, así como cualquier característica distintiva de la producción (por ejemplo, calidad, color, peso medio, etc.), y confirmará que ha aplicado las medidas necesarias para garantizar la separación de los productos.

5.- Tanto el plan de conversión como las medidas mencionadas en los puntos 1 y 2 habrán sido aprobados por el organismo o la autoridad de control, que deberá confirmar esta aprobación todos los años tras el inicio del mencionado plan.

b) En el caso de las superficies destinadas a la investigación agronómica de acuerdo con las autoridades competentes de los Estados miembros, siempre que se cumplan las condiciones 2, 3 y 4 y la parte correspondiente de la condición 5 de la letra a).

b) En caso de producción de semillas, de material de reproducción vegetal y de plantones, siempre que se hayan cumplido las condiciones 2, 3 y 4 y la parte correspondiente de la condición 5 mencionadas en la letra a).

CRITERIOS FAIR TRADE PARA CACAO

- **CONDICIONES QUE DEEN CUMPLIR LOS PRODUCTORES DE CACAO PARA INCLUIRLOS EN EL REGISTRO DE FLO**

1. La mayoria de los miembros de la organización deben ser pequeños productores. Por pequeños productores se entiende que no dependen estructuralmente de mano de obra contratada sino del trabajo familiar.

    - La organización es independiente y democráticamente controlada por sus miembros.
    - La administración debe ser transparente.
    - La filosofía detrás de la organización debe estar basada en el concepto y la práctica de la solidaridad.
    - La discriminación política, racial, religiosa o sexual no puede ser practicada.
    - La organización es políticamente independiente.
    - La organización está abierta a la participación de otros productores.

- **El precio del cacao bajo condiciones de Fair Trade, debe ser fijado según las siguientes condiciones:**

    - Precio de Fair Trade = Precio mercado mundial + prima fair trade (150 dólares por tonelada).
    - La prima para cocoa certificada como orgánica debe ser mínimo de 200 dólares por tonelada

CAPITULO 7

ANEXO

Instructivo para la Solicitud de Propuesta y Cotización

Una propuesta de consultoría debe detallar los siguientes puntos:

1. OBJETIVO

Una descripción del consultor respecto al objetivo del trabajo.

2. METODOLOGIA

Una descripción de la metodología a usarse para la conducción del trabajo.

3. ACTIVIDADES A LLEVAR A CABO Y SUS ETAPAS

El Programa de trabajo al que se está comprometiendo, idealmente dividirlo en etapas, detallando las tareas y sub-tareas, identificando en cada una de ellas las actividades a llevarse a cabo.

4. RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados que van a ser alcanzados en cada etapa y al final del trabajo. Esto debe incluir una declaración del consultor en cuanto al beneficio que el cliente va a obtener. Se debe incluir asuntos que serán resueltos en cada tarea.

5. PRESUPUESTO DETALLADO

Un presupuesto detallado para el trabajo incluyendo el largo del trabajo, la cantidad de horas-consultor, la tarifa diaria ($) del mismo y el precio total.

6. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Detallar el cronograma, idealmente de forma gráfica, de tareas por unidad de tiempo o fechas.

7. INFORMACION DE LA FIRMA, O LOS PROFESIONALES

Proporcionar un breve perfil del proveedor de servicios (firma o individuo) que refleje la capacidad de los mismos para realizar los trabajos. Si es una firma, se debe incluir información de las capacidades y experiencia, incluyendo Curriculum Vitae (CV)/Hojas de Vida del equipo de consultores a usarse. Los CVs deben demostrar la experiencia individual, académicamente y profesionalmente.

Se debe enfatizar la experiencia relevante al trabajo específico que se está cotizando.

8. INSCRIPCIÓN EN BASE DE DATOS

Se debe solicitar a los consultores y proveedores de servicios en general, su inscripción en la BASE DE DATOS DE PROVEEDORES DE SERVICIOS, si aún no lo han hecho, como paso previo a la aprobación del Proyecto a presentarse a la Agencia.

La inscripción puede hacerse completando y enviando el "*Formulario de B. de Datos de Consultores*", que la empresa o la CORPEI le proporcionarán, de forma electrónica o por fax a:

- Guayaquil: lplaza@corpei.org.ec Quito: ebarsallo@corpei.org.ec
- Fax Guayaquil: 2681551 Fax Quito: 2236472

Programa de Apoyo a la Promoción de Exportaciones – PAPE 03

El programa cuenta con $.120,000, dólares (recursos de CORPEI) destinados a aquellas empresas que tienen por lo menos un año de experiencia en la comercialización del producto y que quieren ampliar sus exportaciones.

Cada empresa que participa puede tener acceso hasta $.8,000 dólares en forma de aportes no reembolsables para cofinanciar el 40% de los gastos de actividades elegibles que su empresa debe realizar para poder exportar.

Se encuentran disponibles dos tipos de fondos, los mismos que se asignarán de acuerdo a la modalidad de "Primer llegado, Primero atendido". Los tipos de fondos son:
Fondo # 1 – DE PRODUCTOS TRADICIONALES.- Por un monto global máximo de $.50,000 y al cual podrán acceder las empresas exportadoras tradicionales que formen parte de los sectores contemplados en las 8 Unidades Sectoriales de CORPEI (Banano, Acuicultura, Pesca, Café, Cacao, Flores, Madera y Textil). Dichas empresas, en forma individual, podrán optar por un máximo de apoyo de $.8,000 y mínimo de $.800.
Fondo # 3 - DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES.- Por un monto global máximo de $.70,000 y al cual podrán acceder las empresas individuales o asociadas, exportadores de productos no tradicionales que no correspondan a las Unidades Sectoriales de CORPEI, descritas anteriormente. Dichas empresas, en forma individual, podrán optar por un máximo de apoyo de $.8,000 y mínimo de $.800.

Los valores mínimos y máximos que asignará la CORPEI de su presupuesto por beneficiario de los fondos 1 y 3, serán de $.800 y $.8,000 respectivamente.

Para el caso de los fondos 1 y 3 se establece el límite de proyectos a apoyar por producto en el 15% del monto total del fondo respectivo.

Los proyectos que se presenten deben orientarse a la Promoción de Exportaciones y estar enmarcado en el Plan Nacional de Exportación; o a la búsqueda de inversionistas, socios técnicos, alianzas estratégicas.

En esta tercera etapa, los proyectos se irán aprobando en la medida que se van recibiendo las solicitudes, sin tener que someter su selección por concurso de proyectos.

Los parámetros que tendrán más valor en la evaluación, calificación, selección y aprobación de un proyecto son: nuevos productos o productos no tradicionales, nuevos mercados, valor agregado, nuevas tecnologías o mejoras tecnológicas, uso de mano de obra, incremento de exportaciones y el nivel de aporte de contraparte

Primero se efectúa el gasto y luego se hace el reembolso.

La Corpei puede canjear Certificados de Aporte Corpei, al porcentaje establecido, para dar recursos a quienes tengan proyectos aprobados dentro de este programa.

Los sectores o productos que se apoyen deben estar en línea con el Plan de Promoción de Exportaciones del país.

Se permitirá a las empresas o gremios aplicar para la certificación de calidad ISO y/o la participación en ferias, siempre y cuando la ejecución sea en un plazo no mayor a 12 meses posterior a la fecha de aprobación del proyecto.

Se permitirá que las empresas o gremios que apliquen para participar en una feria internacional con stand, puedan cofinanciar hasta 1 pasaje.

El plazo máximo de ejecución del proyecto es de 12 meses.

Las actividades son las que se aprueban, no los montos, por lo tanto las actividades no pueden ser cambiadas una vez aprobadas.

Las actividades se deberán realizar luego de aprobado el proyecto.

Una vez cumplida la actividad, la empresa deberá cancelar el 100% de su costo y luego presentará la evidencia del cumplimiento de la actividad (informe etc.) la factura y el recibo al Ejecutivo de Cuenta.

El reembolso deberá ser solicitado en un plazo máximo de 30 días después de realizada la actividad.

Son elegibles empresas mayoritariamente ecuatorianas; aunque también se consideraran a las empresas extranjeras que demuestren que la mayoría de sus accionistas son de nacionalidad ecuatoriana.

Pueden ser elegibles empresas que participaron en programa FOCEX, en tanto no sea el mismo proyecto.

REQUISITOS PARA APLICAR AL PROGRAMA:

1. Los beneficiarios deberán ser personas naturales o jurídicas cuya actividad comercial se ejecuta en Ecuador, identificadas y comprometidas con los planes de competitividad internacional para incrementar la competitividad de los productos existentes o desarrollar nuevos productos o nuevos mercados.
2. Los beneficiarios deberán estar legalmente constituidos de acuerdo a la legislación nacional.
3. Tener mínimo un año de actividad comercial

CORPEI
CORPORACION DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

ANEXO I

PROGRAMA DE APOYO A LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES – PAPE 03

Actividades Elegibles

El objetivo del Programa es contribuir a las estrategias comerciales de las empresas y gremios para desarrollar las exportaciones de las mismas. El Programa puede cofinanciar los costos externos de consultoría y otros servicios especializados si son relevantes a los objetivos de un Plan de Exportación. Ningún costo operacional de la empresa o gremio será elegible. Ejemplos de las actividades para ser cofinanciadas por el Programa incluyen las siguientes:

DESARROLLO DE MERCADOS

- Análisis de la Competencia:
  - **Análisis de la competitividad de los principales competidores en el o los mercados objetivos.**
  - **Determinación de estrategia de mercadeo en el o los mercados objetivos.**
  - **Compra de información de mercados (estudios, informes, guías, listas, etc.) de institutos o entes internacionales.**

- Establecimiento de Operaciones en el Exterior:

  - **Evaluación de la conveniencia de establecer oficinas, agentes, representantes o centros de depósito o distribución en el o los mercados objetivos.**

- Conformación de Alianzas Estratégicas:

  - **Establecimiento de alianzas comerciales con proveedores, compradores, distribuidores o competidores.**
  - **Conformación de alianzas con inversionistas extranjeros para el desarrollo del mercado y la comercialización.**

PROMOCIÓN COMERCIAL

- Participación en Ferias, Eventos y Misiones Comerciales:

  - **Participación en Ferias Internacionales:**
    - **Alquiler de espacio, decoración del stand, contratación de servicios(luz, agua, traductores, ataches, equipos, etc.), y un pasaje aéreo en clase económica.**
    - **Gastos de degustaciones.**
    - **Envío de muestras, material de stand, catálogos, folletos, videos, etc.**

- **Contratación de servicios profesionales para:**
  - **Diseño de material promocional (folletos, catálogos, videos, CD-ROM's, página Web, stands, displays, etc.)**
  - **Realizar fotografías y videos.**
  - **Traducir textos a distintos idiomas.**

- **Participación en Eventos:**
  - **Gastos de inscripción en eventos y foros internacionales orientados a los aspectos de comercialización y mercadeo del producto objetivo.**
  - **Gastos de participación en eventos y foros internacionales orientados a los requisitos de ingreso del producto objetivo en el mercado objetivo.**

- **Participación en Misiones Comerciales:**
  - **Envío de muestras, catálogos, videos, CD-ROM's, etc.**
  - **Contratación de servicios para elaboración de agendas de reuniones y servicios de traducción.**

- Promoción y Campaña de Productos:

  - **Gastos de realización de degustaciones y exposiciones en Supermercados, Tiendas, Restaurantes, Hoteles, Oficinas Diplomáticas, etc.**
  - **Gastos de publicidad en medios de comunicación internacionales (periódicos, revistas especializadas, páginas web, etc)**
  - **Contratación de servicios profesionales para el diseño de campañas y promociones.**

DESARROLLO DE PRODUCTOS

- Desarrollo de Planes de Negocios de Exportación:

- **Contratación de servicios profesionales para:**
  - **Identificar nuevos productos de exportación.**
  - **Diseñar nuevos productos o rediseñar productos existentes**
  - **Auditoría y primera Certificación de sistemas de aseguramiento de calidad (ISO 9000, ISO 14000, HACCP)**
  - **Diseñar nuevo empaque o rediseñar empaque existente.**
  - **Habilitación de nuevos productos o nuevo empaque.**
  - **Realizar pruebas en el mercado objetivo.**
  - **Diseño del plan estratégico de producción y comercialización.**

- Conformación de Grupos de Exportadores:

  Contratación de servicios profesionales para:
  - **Gastos de evaluación y conformación legal de consorcios de exportadores.**
  - **Diseño de estrategia de producción y/o comercialización conjunta del consorcio o de grupos de exportadores.**

Nota Aclaratoria: **No se cofinanciará las participaciones en ferias en las cuales CORPEI vende el espacio al beneficiario.**

TARIFAS PARA PUBLICIDAD EN REVISTA INTERNACIONAL

Advertisement Rates

Effective from 1st September 2001

COCOA INTERNATIONAL

	One Insertion			Three Insertions			Six Insertions		
	euros	pounds sterling	US dollars	euros	pounds sterling	US dollars	euros	pounds sterling	US dollars
Front Cover	On Application								
Inside Front Cover	€6 210	£3 560	$5 920	€5 435	£3 166	$5 180	€4 655	£2 680	$4 440
Inside Back Cover	€5 870	£3 365	$5 620	€5 135	£2 950	$4 918	€4 400	£2 515	$4 188
Outside Back Cover	€6 560	£3 748	$6 245	€5 790	£3 275	$5 465	€4 915	£2 805	$4 680
Double Page 4 colour	€9 485	£5 390	$8 990	€7 310	£4 175	$6 985	€7 080	£4 045	$6 745
Double Page 2 colour	€7 310	£4 175	$6 965	€6 395	£3 656	$6 095	€5 480	£3 130	$5 220
Double Page black & white	€6 180	£3 530	$5 890	€5 410	£3 090	$5 158	€4 640	£2 650	$4 420
Page 4 colour	€5 240	£2 986	$4 995	€4 585	£2 620	$4 375	€3 930	£2 245	$3 748
Page 2 colour	€4 060	£2 320	$3 870	€3 555	£2 030	$3 385	€3 045	£1 740	$2 900
Page black & white	€3 480	£1 960	$3 270	€3 000	£1 715	$2 860	€2 576	£1 470	$2 450
Half Page island 4 colour	€4 245	£2 425	$4 045	€3 710	£2 120	$3 535	€3 185	£1 820	$3 035
Half Page island 2 colour	€3 175	£1 810	$3 020	€2 775	£1 585	$2 645	€2 380	£1 360	$2 270
Half Page island black & white	€2 540	£1 450	$2 420	€2 225	£1 270	$2 120	€1 910	£1 090	$1 820
Half Page 4 colour	€3 640	£2 195	$3 660	€3 360	£1 980	$3 305	€2 780	£1 646	$2 745
Half Page 2 colour	€2 780	£1 570	$2 620	€2 405	£1 378	$2 296	€2 065	£1 180	$1 970
Half Page black & white	€2 120	£1 210	$2 020	€1 855	£1 060	$1 770	€1 575	£ 900	$1 530
Quarter Page 4 colour	€2 080	£1 190	$1 980	€1 915	£1 040	$1 730	€1 680	£ 890	$1 485
Quarter Page 2 colour	€1 645	£ 940	$1 570	€1 430	£ 820	$1 370	€1 235	£ 705	$1 175
Quarter Page black & white	€1 385	£ 775	$1 290	€1 180	£ 675	$1 125	€1 015	£ 580	$ 965

Special Rates

- Special Colour (excluding metallic) €690 £395 $660
- Bleed 10% extra
- Prices for non-standard advertisements, loose-leaf and bound-in inserts can be quoted on request
- Guaranteed right hand page 10% extra
- Agency Commission 10%

Mechanical Data (A4 Format)

	Depth mm		Width mm
Full Page (type area)	265	x	185
Full Page (trimmed)	297	x	210
Full Page (bleed)	303	x	216
Double Page (type area)	265	x	396
Double Page (trimmed)	297	x	420
Double Page (bleed)	303	x	432
Half Page island	178	x	129
Half Page vertical	265	x	87
Half Page horizontal	128	x	185
Quarter Page vertical	128	x	87
Quarter Page horizontal	61	x	185

Digital Data

Photographs: CMYK, 300 dpi minimum
Disk Formats: CD-ROM, Floppy
File Formats: TIFF, JPEG, EPS, PICT, PDF
Software: QuarkXpress 4.1
Adobe Photoshop 4
Adobe Illustrator 8
Microsoft Office 98

All files and disks must be APPLE MACINTOSH compatible
email: andrew@ibw-mag.com

Screen

Black and white: 48 (cm) or 120 (inches). **Colour:** 60 (cm) or 150 (inches)
Production: Offset litho positive films required, right reading, emulsion side down. Colour progressives or a cromalin should be supplied for colour advertisements. Production work on non camera-ready artwork will be charged as extra. Advertisement proofs will be issued on request.
We are pleased to offer a design service – including copy writing and translation of text – at a very reasonable cost to clients wishing to create new advertisements.

Copy date: March issue: 5th February, May issue: 3rd April, July issue: 26th May, September issue: 26th July, October issue: 12th September, December issue: 21st October.
Cancellations: Cover Positions: 6 months before publication. Run of Paper Advertisements: six weeks before copy date.
Terms and Conditions available on request.

SIEMEX INTERNATIONAL • 28A Station Parade, Willesden Green, London NW2 4NX, UK

ANEXO

CAPITULO VIII

TABLA DE CUANTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

IMPACTOS NEGATIVOS

Magnitud			Importancia		
Calificación	Intensidad	Irreversibilidad	Calificación	Duración	Extensión
-1	Baja	Baja	+1	Temporal	Puntual
-2	Baja	Media	+2	Media	Puntual
-3	Baja	Alta	+3	Permanente	Puntual
-4	Media	Baja	+4	Temporal	Local
-5	Media	Media	+5	Media	Local
-6	Media	Alta	+6	Permanente	Local
-7	Alta	Baja	+7	Temporal	Regional
-8	Alta	Media	+8	Media	Regional
-9	Alta	Alta	+9	Permanente	Regional
-10	Muy alta	Alta	+10	Permanente	Nacional

IMPACTOS POSITIVOS

Magnitud			Importancia		
Calificación	Intensidad	Irreversibilidad	Calificación	Duración	Extensión
+1	Baja	Baja	+1	Temporal	Puntual
+2	Baja	Media	+2	Media	Puntual
+3	Baja	Alta	+3	Permanente	Puntual
+4	Media	Baja	+4	Temporal	Local
+5	Media	Media	+5	Media	Local
+6	Media	Alta	+6	Permanente	Local
+7	Alta	Baja	+7	Temporal	Regional
+8	Alta	Media	+8	Media	Regional
+9	Alta	Alta	+9	Permanente	Regional
+10	Muy alta	Alta	+10	Permanente	Nacional

ENTREVISTA CON ANDRÉ DEBERT Y GILLES ROCHE

El consumo de productos orgánicos en Europa se da desde hace 5 años. A partir del año 1997, en los supermercados, se comienza a asignar espacios para vender productos orgánicos.

A partir de 1997, se comienza a dar el consumo de estos productos, porque las personas lo ven como bueno para la salud, debido al problema de las vacas locas, pollos transgénicos, etc., es decir, el consumo se da por seguridad. El consumidor aún no se concientiza que los productos orgánicos no son solo de consumir por la salud, si no porque es algo que involucra conservación de medio ambiente, salud, mejora del suelo, mejora de los productores.

Hace 20 años atrás las personas que se dedicaban a la agricultura orgánica eran consideradas personas excéntricas. Ahora se respeta al productor y al consumidor de producto orgánico como una persona normal o común, puesto que le mercado a crecido. La idea es cambiar el sistema agrícola que tenemos ahora usando insumos de cualquier tipo, desbaratando el medio ambiente, talando la selva, etc., la agricultura orgánica es pensar como vamos a dejar la Tierra a nuestros hijos, la vamos a dejar como un desierto completamente contaminado o vamos a probar de mejorar el porvenir, es decir, que la meta es probar de mejorar la situación ambiental, probar de dejar algo a las futuras generaciones que sea posible de producir de condiciones aceptables para todo el mundo.

Las personas dicen "yo consumo orgánico por asunto de salud", lo hace es que lo de orgánico se está perdiendo y eso es muy importante de tomar en consideración, la persona que consume un producto orgánico tiene que pensar, yo estoy haciendo de una manera u otra, ayudando al agricultor y al conjunto ambiental del sitio donde se consume y eso no está ahora en la mente del consumidor, esto es por falta de comunicación, las personas y organizaciones que producen el orgánico no tienen los recursos de comunicar la tv, toda parte. También la potencia de los grupos agropecuarios que no dejan desarrollar la agricultura orgánica porque ellos tienen su agricultura convencional.

Estamos por llegar a una situación peligrosa, hay muchas personas que tienen interés de producir productos orgánicos porque ya no son vistos como excéntricos. Pero esa falta

C.I.B.

comunicación, esa de concientizar a la gente hace que después de poco tiempo la oferta de producto orgánica sea más alta que el consumo.

Asunto de mercadeo siempre es muy importante, siempre pensar de otra manera que el de las cosas tradicionales, es decir, el sistema de negocio tradicional no está adaptado para el negocio de producto orgánico, el producto orgánico no se puede hacer para un año, y después hacer otra cosa eso no se puede es a largo plazo, muchas veces antes de obtener la certificación hay que esperar tres años, y además no se puede hacer cultivos orgánicos en toda parte, si algún vecino que está haciendo tratamiento a veces no se puede certificar la huerta que está halado de la otra, ahí hay que tomar eso en consideración la parte de mercadeo tiene que ser considerada de otra manera no seguir con el mercado tradicional para este de producto o cultivo, hay que considerar los aspectos cualitativos (calidad). Productos de calidad si es posible mejor o diferente en el bueno, dar una identidad al producto, decir por ejemplo: lechuga orgánica de Machala, identificar el producto orgánico de una parte precisa (identificación de origen), esto son dos cosas importantes que hay que desarrollar: identificación del producto y calidad.

Es muy importante para el futuro del producto orgánico la calidad y identificación, otra cosa imprescindible es la organización del sector, por ejemplo el sector del cacao orgánico, banano orgánico, etc., sector es algo que va desde el producto hasta el consumidor, es como una cadena donde hay diferentes operadores cada uno es una malla de la cadena, el productor es el primero, el segundo es el que compra, en esta cadena si uno del medio está flojo se rompe la cadena. Una cosa importante es encontrar el mercado, si no hay mercado no hay cadena, hay que desarrollar una cadena, si una persona compra por ejemplo: 10 ton. de cacao orgánico y es suficiente, si una persona compra producto orgánico y luego lo vende a en un precio demasiado alto y la calidad no es buena, no lo va a vender, es muy importante la calidad y el precio a nivel final, eso es lograr un equilibrio. Tomando por ejemplo el chocolate sabemos que Francia para un producto de buena calidad se vende la barra USD $1.20, pero si uno vende un producto orgánico a USD $1.40 ya no lo van a comprar, el precio es un factor importante en un mercado grande, es decir que la meta es ser mejor que los otros al mismo precio si uno quiere quedarse competitivo, no vender más barato porque hay que considerar los gastos.

La característica de esta cadena son los operadores económicos que hay en el medio, es decir, entre el productor y el consumidor, sobre todo en los países en desarrollo hay que tomar en consideración la coordinación técnica, asistencia técnica, producir un producto de

alta calidad orgánica es muy difícil, hay la transferencia tecnológica y también estos operadores económicos tienen que trabajar con contrato a largo plazo, no es factible trabajar en la agricultura orgánica con contratos a corto plazo, el no debe producir orgánico si no tiene un mercado atrás, así sea orgánico o no, el mercado pero no cualquier mercado, el productor debe tener un precio razonable, por lo menos debe de tener un precio mínimo garantizado de tal manera que si hay especulación y el precio sube mejor, pero si hay una caída tiene asegurado un precio mínimo, para poder seguir trabajando y tener suficientes recursos para su familia. La agricultura orgánica no solo abarca la producción sino también el mercadeo, es decir como llegar al mercado y que el consumidor tenga algo diferente de lo que va a encontrar, por ejemplo el banano orgánico tiene mejor sabor, pero un kilo de banano en Europa en USD $ 1.50 y si es de banano orgánico USD $2.5, será difícil desarrollar este mercado porque el diferencial de precio es demasiado alto, es muy importante organizar la cadena con el fin de que tanto el productor como el consumidor tengan un precio aceptable, es la única manera de organizar un mercado orgánico. Lo más importante para la persona que quiere ingresar y progresar en este mercado, lo primero es tener un comprador que esté dispuesto a trabajar en es tipo de cadena, es decir, precio justo a nivel de productor, margen de cada uno bien controlada y que le de al consumidor una calidad perfecta y un precio atractivo.

El cacao no tiene diferencia básica en su característica por ser orgánico (sabor, color, etc.), la política es producir un cacao de buena calidad con un buen manejo post-cosecha y certificado orgánico, el cacao ecuatoriano es perfecto para esto porque el cacao del sur es diferente al caco del norte. Hay que poner en el mercado un chocolate de buena calidad.

Hubo una feria de chocolate en París los último días de Octubre, en los tres días de ferias se vendieron 8000 barras de chocolate, no se vendía por orgánico sino por el sabor con el plus de producto orgánico. El concepto es poner en el mercado uno de los mejores chocolates, si se va a comprar un cacao cualquiera el chocolate será en el mercado un chocolate más, actualmente se quiere que se vea que el chocolate es de muy buena calidad y luego ver que es orgánico,

Muchas veces en los productos orgánicos tenían mala envoltura y mala calidad de sabor. En el chocolate hay que hacer algo de muy buena calidad porque es un producto de placer.

Ecuador está exportando un cacao de mala calidad, la mayor parte del cacao de Ecuador no sirve, toda la cadena del cacao es mala, el cacao ecuatoriano es bueno (SSS es el mejor) pero mal manejado, el de Costa de Marfil común pero bien preparado.

Se preparó un chocolate 100% ecuatoriano para dar a probar a los expertos en chocolate que hacen chocolate de cobertura para hacer bombones (70 y 80% de cacao 30 y 20% de azúcar, sin manteca de cacao), si se le pone manteca no se siente el sabor del cacao, se lo hizo con el cacao de Ecuador, porque éste tiene potencial, ahora que hay que garantizar a los sres (porque posiblemente se abra un nuevo mercado). que todo el año se les puede ofrecer la misma calidad, los últimos embarques no tenían el sabor que se estaba buscando, hubo que hacer pruebas de licor de cacao mezclando cacao de diferentes zonas para lograr esta calidad, es un trabajo bien pesado, que se está haciendo con el cacao de Ecuador. Hasta la fecha el único cacao con el que se ha probado hacer un chocolate puro es con el cacao ecuatoriano. Había un mercado de barras de chocolate, pero haciendo este chocolate se trata de abrir un nuevo mercado, el de chocolate de cobertura, para fabricar bombones. KAOKA, hace las barras de 2.5 kg para hacer el bombón. La barra de chocolate, se especifica cacao puro de Ecuador. Desde la primera exportación de cacao orgánico que fue en abril del 2002 hasta, la última exportación que se realice este año se exportarán 5000 quintales, la meta del próximo año será de 10 000 quintales, la meta dentro de 4 o 5 años sería 20 000 quintales. Es muy difícil comprar 20 000 quintales en un solo lugar del mundo, es muy difícil controlar los aspectos orgánicos y calidad pasado los 20 000 quintales.

Hay varias empresas que están reconocidas, por la Unión Europea para certificar los productos en conformidad con el reglamento. Con estas certificadoras se puede importar en cualquier país de Europa, hay unos países que no le gusta la certificación de otros países.

El cacao va a quedarse posiblemente hasta febrero en USD $1700 a USD $1850 la tonelada, hay que ver que ocurre con la cosecha mayor en Costa de Marfil. YA está la cosecha pero el país está dividido en 2, si el precios del cacao sube mucho los fabricantes de chocolate van a hacer el chocolate con menos cacao y más azúcar, van a usar manteca de sustitución. Otros países se pueden poner a producir cacao (Vietnam) y los precios vuelven a bajar. El negocio del cacao el 70% de la molienda la tienen 5 empresas. Con la globalización hay empresas que tienen un potencial muy grande en el mercado. Además la bolsa casi siempre tiende a bajar y no a ayudar al productor.