



CAPÍTULO 5.

La cadena productiva de cacao en Córdoba

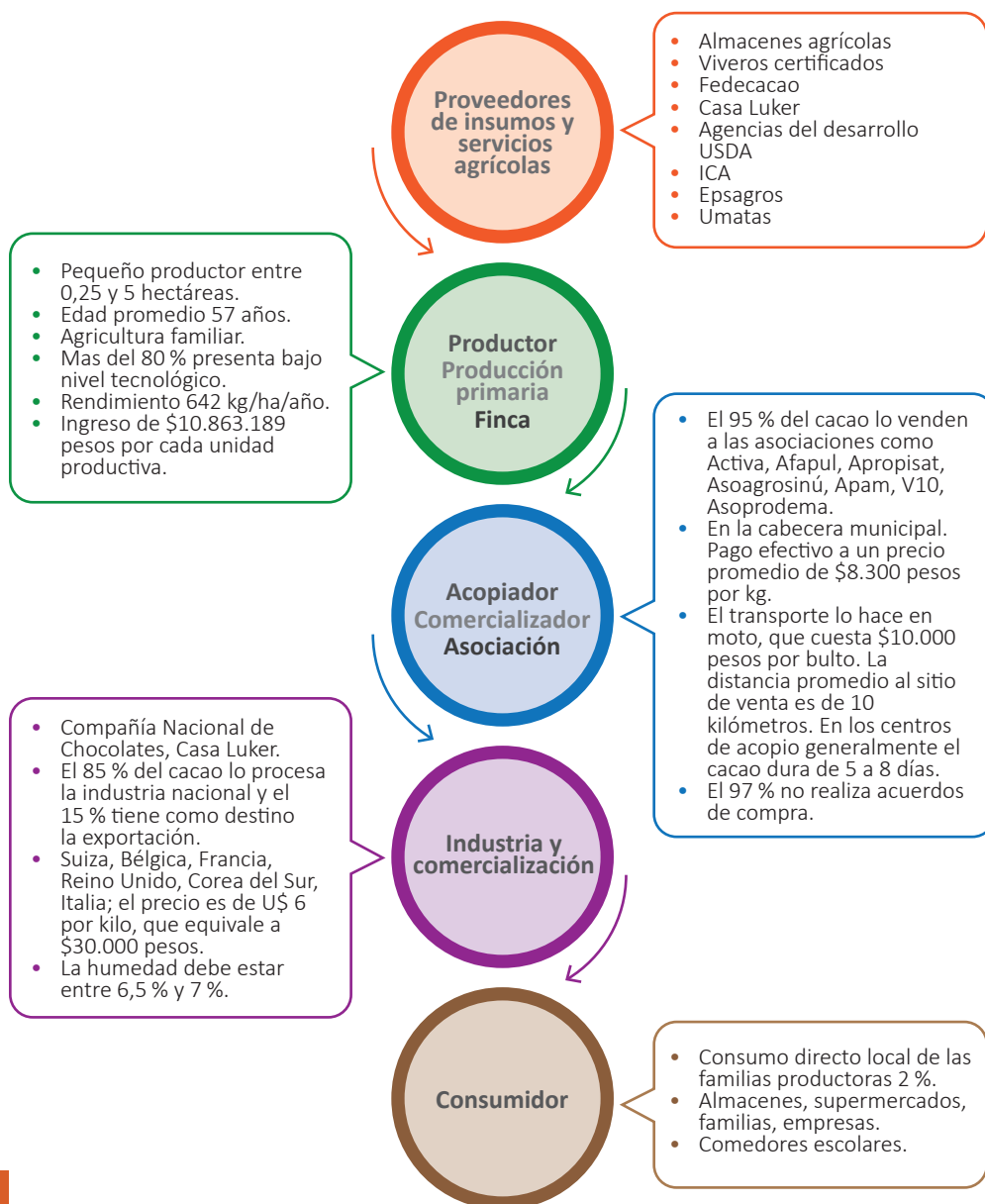
Para estudiar un sistema de producción agrícola, existen diversas alternativas metodológicas o marcos de referencia, entre los cuales está el enfoque de cadena productiva. Este enfoque se define como la interacción de componentes o actores que parten del productor primario ubicado en la finca o unidad productiva, quien inicia el proceso, seguido del comercializador, el transformador y el consumidor. Este proceso se conoce como “de la finca a la mesa”, en el cual cada actor desempeña una función específica dentro de la cadena.

En los municipios productores de cacao de la zona sur del departamento de Córdoba, se presentan varios componentes que son analizados desde el enfoque “de la finca a la mesa”. En otras palabras, se utiliza el concepto de *cadena productiva*, la cual se considera que es la interacción de componentes que van desde la producción primaria hasta el consumidor final. En este proceso también intervienen otros agentes, como proveedores de servicios y gremios de la producción (representados principalmente por Fedecacao y algunas agencias para el desarrollo como el USDA y la USAID, así como las alcaldías de los municipios de Tierralta, Valencia, Montelíbano y Puerto Libertador, junto con las unidades municipales de asistencia técnica.

A continuación, se hace una presentación detallada de la conformación de los eslabones de la cadena de cacao y se describen el rol de cada actor y las diferentes interacciones que puede haber. El diagrama de la cadena productiva se presenta en la figura 7.

Figura 7.

Mapa de la cadena de cacao en el sur de Córdoba.



Componente provisión de insumos

Para llevar a cabo la producción, además de los insumos, se requieren servicios de crédito, asistencia técnica y apoyo a la comercialización, entre otros. Los insumos principales son elementos materiales como semillas, fertilizantes, herbicidas, insecticidas y fungicidas. Los servicios, por su parte, suelen ser prestados por Fedecacao (sedes ubicadas en la región) o por los empleados de las agencias de desarrollo de Estados Unidos (USDA y USAID).

El material de siembra lo obtienen de los viveros particulares ubicados en la zona, los cuales están certificados por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA); por esto, el ICA también se considera una entidad proveedora para la cadena. Se pudo establecer que, en Montelíbano (corregimiento de Tierradentro), cuentan con un vivero que los provee del material de siembra. Es muy bajo el porcentaje de los encuestados que acuden al crédito bancario para todas las actividades del cultivo, desde la siembra hasta la cosecha y poscosecha; solo un 2% de la muestra.

Eslabón primario, productor

En el componente de producción en finca, el principal actor es el productor, junto con su familia; este realiza labores que van desde la preparación del lote hasta la siembra y el establecimiento del cacao, así como las actividades de mantenimiento (por ejemplo, las podas de formación, el plateo y demás actividades), la cosecha y poscosecha. Las unidades productivas son muy pequeñas, predomina un rango entre 1 y 3 hectáreas. Los rendimientos son de 642 kilos por hectárea al año, en general, y el precio promedio por kilo de cacao es de

\$8.365.82 pesos. Se calculó un ingreso de \$10.863.189 pesos por cada unidad productiva, que sería el ingreso promedio anual por finca.

Para las 158 fincas, el ingreso por la venta de cacao sería de \$1.688.109.537,43 pesos. Córdoba reporta un área cosechada en cacao en los cuatro municipios de 3.868 hectáreas, con rendimientos aproximados de 603 kg ha⁻¹, lo que da una oferta de 2.332.404 kilos de cacao seco, que equivalen a 2.332,4 toneladas al año.

El nivel tecnológico que usan los productores es bajo, ya que no implementan técnicas de manejo adecuadas. Más del 50% no utiliza material de siembra obtenido en viveros certificados y carece de conocimientos sobre el manejo y los aspectos técnicos del cultivo en general.

En cuanto a la población de productores, el 76% son hombres y el 24% son mujeres. La edad promedio de los productores es de 57 años, con un rango que va desde los 22 hasta los 85 años. El 53% de ellos tiene estudios completos de primaria, y la mayoría cuenta con tierra propia, aunque también hay algunos casos de propiedad familiar.

Eslabón de la comercialización

La comercialización del cacao la gestionan las asociaciones locales. El proceso comienza en las fincas, donde después de cosechar, fermentar y secar el cacao, este se transporta a las sedes de las asociaciones en las cabeceras municipales. En Tierralta, por ejemplo, está Integrasinú, y en Montelíbano y Puerto Libertador, Activa G10, Afapul, Aspropisat y APAM; estas se encuentran estratégicamente en los centros poblados más cercanos a las zonas productoras de cada municipio, corregimiento o vereda.

De acuerdo con los datos de la encuesta realizada a los productores, el precio que se paga es de \$8.365 pesos por kilo de cacao seco puesto en el sitio de venta (información de febrero de 2023). Se transporta en moto por un valor promedio de \$10.000 pesos por bulto de 50 kilos; las distancias que se manejan para transportar el grano son de diez kilómetros aproximadamente hasta el punto de venta. En los centros de acopio de las asociaciones, el cacao se almacena durante cinco u ocho días mientras se reúne la cantidad necesaria para despachar hacia los destinos de comercialización o transformación. Es importante mencionar que, según la muestra encuestada, el 97,5 % de los productores no realiza acuerdos de compra.

En el caso de Activa G10, el proceso de comercialización para esta asociación se inicia en el punto de compra, con un porcentaje bajo del 2 %. Activa G10 maneja el tema de humedad al tanteo porque no dispone de un equipo (hidrómetro); de esta manera, trabaja con un cacao al 7 % de humedad, y cuando viene muy húmedo realiza por su cuenta el proceso de secado. Vende el 95 % del cacao a la Compañía Nacional de Chocolates y el 5 % restante se comercializa con la compañía Color Cacao, que está ubicada en Medellín. Antes, los asociados de Activa G10 producían el 40 % de chocolate corriente, ahora producen el 90 % de *prémium*. La asociación cuenta con certificación de comercio justo (*fair trade*).

Eslabón de la industria y comercialización

En este componente intervienen las casas productoras de chocolates, como la Compañía Nacional de Chocolates y la Casa Luker. La primera compra cacao corriente o *prémium*, dependiendo de las características del grano; para que sea *prémium*, debe tener más del 75 % de

fermentación y se le da un mayor valor al grano grande. Para cacao especiales, como el de Cacao Color, se lleva la fermentación a más del 85 %. Los estándares y requisitos se rigen por la NTC 1252 y el pago se hace contra entrega. Se maneja un anticipo del 40 % del valor del cacao vendido. Por ejemplo, si se comercializan 5 toneladas, que valen 55 millones, deben mantener en la caja 40 millones de pesos, en eso consiste el anticipo. Activa G10 vende 500 toneladas al año y el precio es fluctuante, dependiendo de cómo esté en la Bolsa de Nueva York. El precio es de \$10.500 pesos por kg y el costo de exportación es de \$2.500, en total da \$13.000 pesos por kg.

Es importante mencionar que los niveles de cadmio promedio del cacao comercializado por Activa G10 son del 0,9%, la cual es una cifra aceptable, si se tiene en cuenta que hay veredas que presentan el 2 % de cadmio.

Eslabón del consumidor

El presente estudio no permitió llegar a un análisis del consumo del cacao, especialmente de las familias o los hogares, pues se abarcó solo hasta la venta a la industria que transforma el cacao en chocolates y chocolatería. En un intento por caracterizar el consumo, se entiende que tiene dos componentes importantes: el primero es, el cacao que consumen las familias como grano directo, que en promedio solo llega al 2 % de la producción en finca. Se pudo establecer que el 85 % del cacao que produce la región del sur de Córdoba tiene como destino el mercado nacional y el otro 15 % se destina a las exportaciones a países como Suiza, Bélgica, Francia, Reino Unido, Corea del Sur e Italia.

El segundo es la oportunidad que se les ha brindado a las firmas transformadoras y a los productores locales de la región del sur de Córdoba

de vender chocolate a los comedores escolares dentro de la política de compras públicas (ya se han vendido más de 5.000 chocolates de mesa). Cabe mencionar que en la actualidad uno de los productos con mayor éxito es el chocolate sin azúcar, que puede venderse a un precio de \$12.000 pesos la barra.

En resumen, el análisis de la cadena de valor revela que, a pesar de la ausencia de una organización formal, las interacciones entre eslabones permiten un alto grado de integralidad. Esto se evidencia en la acción efectiva de las asociaciones en el momento de comercializar el grano de cacao, lo cual reduce los costos de transacción al facilitar el flujo de información con los productores, ya que pueden conocer fácilmente los cambios en los precios. Además, existe una integración institucional, en la medida que al gremio cacaotero y las firmas que transforman el cacao han promovido actividades para fomentar la producción del grano.

Conclusiones

El cultivo del cacao en los municipios del sur de Córdoba se basa en el modelo de agricultura familiar, que suministra el cacao como producto principal y como alimento que hace parte de la canasta familiar. También es una fuente de ingresos para el sustento de la familia, por lo que se considera un producto que contribuye a la seguridad alimentaria.

A pesar de manejar el cultivo con un nivel tecnológico medio, los rendimientos en la región estudiada compiten con los de otras zonas caoteras de Colombia, como Santander y Nariño. La incorporación de técnicas como el manejo de enfermedades, la injertación y las podas sanitarias podría ayudar a mejorar los rendimientos.

El costo del transporte, que es más alto en municipios apartados y con vías en mal estado, afecta negativamente los costos de transacción, como ocurre en Puerto Libertador. A medida que mejora el estado de las vías, disminuye la probabilidad de que los costos de transacción aumenten.

Los costos de información y supervisión tienen menos peso en las estructuras de transacción, gracias a la acción de las asociaciones que participan de forma colaborativa en la comercialización y a que el 100% de los productores vende directamente su producto. Este último es un factor que permite que los costos de transacción, principalmente los de supervisión, sean bajos.

Una amenaza significativa para el crecimiento del cultivo es la edad avanzada de los productores, que alcanzan hasta los 85 años y tienen una edad promedio de 57 años. Este aspecto, que se observa también en regiones como Santander y Nariño, constituye un obstáculo para

la expansión del cultivo y para la adopción de tecnologías que podrían mejorar el sistema de producción.

El análisis integral del sistema de producción de cacao en el sur de Córdoba evidencia sostenibilidad económica y ambiental, en la medida que el cacao es una fuente de ingresos permanentes para las familias de los productores y ofrece servicios ecosistémicos de provisión y regulación. Además, este sistema presenta alta integralidad de los componentes, en especial, en la forma efectiva como las asociaciones gestionan la comercialización del cacao, lo cual reduce los costos de transacción, en particular los de información. Es importante destacar los altos rendimientos, que están por encima del promedio nacional; además, se tiene la posibilidad de obtener flujos de caja permanentes para el productor y su familia.

