

LA PRODUCCION DE CACAO EN MEXICO

Investigación del cacao en México

31/05/2012

FCA UNAM

Ocampo Brondo Elsy Giovanna

Ríos Barba Joana Itzel

Soria Luna Zaira Betsabe

2257





Presentación:

Cacao

Es una planta tropical, domesticada por las culturas prehispánicas mesoamericanas la cual la nombraban “alimento de los dioses”; los mayas y Aztecas además de utilizarlo como bebida también empleaban sus granos como moneda.

Los Olmecas (1500 a 400 A.C.) fueron los primeros en descubrir el sabor del cacao, en forma de bebida, el cual era mezclado con agua y adornadas de especias, guindillas y de hierbas. También fueron los primeros que comenzaron a cultivar el cacao en México.

Con el tiempo la cultura del cacao se extendió a las poblaciones Mayas (600 A.C.) y los Aztecas (1400 A.C.). El haba era utilizada como unidad monetaria y como unidad de medida, 400 habas equivalen a un Zontli y 8000 a un Xiquipilli.

FOTO 1

Fue un símbolo de abundancia que era empleado en el momento de rituales religiosos dedicados a Quetzalcóatl, Dios Azteca portador del cacao a los hombres, a



Fuente: Zchocotal (2009)

Chak Ek Chuah, el

santo patrón Maya del cacao y en el momento de los funerales de las élites, como ofrenda

El primero en llevar el grano del cacao a Europa fue Cristóbal Colón, pero no se le dio la importancia, hasta que Hernán Cortés descubrió, que los Aztecas, consumían una bebida amarga desconocida así que envió los granos de cacao y la receta al Rey Carlos V.



Los españoles cambiaron la receta, añadiendo azúcar y calentando los ingredientes para mejorar el sabor, este dato nos revela el inicio del sabor del chocolate actual.

En 1828 se inventó la primera prensa para cacao, la cual permitió la extracción de la manteca de cacao. En 1879, los suizos agregaron leche al chocolate. A partir de entonces comenzó a desarrollarse una de las industrias agroalimentarias más importantes del mundo.

El cacao es, materia prima para la producción de un sinnúmero de productos en México, principalmente para chocolate, por lo que el total de la producción se comercializa hasta llegar a plantas que industrialicen y transformen en producto terminado, principalmente chocolate.

El cultivo de cacao y la sombra arbolada que la acompaña únicamente representa un 10% con respecto a la superficie plantada con el café; sin embargo el valor de la producción es cercano al 25% del valor que se alcanza en el café. Esto sugiere un elevado impacto económico previsible de acciones que se implementen.



Índice:

- 1.- Matriz.....
- 2.- Producción en México.....
 - a) Producción y rendimiento
 - b) Condiciones ambientales para tener un cultivo de cacao exitoso.....
- 3.- Demanda de cacao.....
- 4.- México y el mundo.....
 - a) principal amenaza de cacao
 - a) Medida principal para ayudar al cacao
- 5.- Estudio de mercado.....
 - a) Mercado nacional del sector de cacao.....
 - b) Mercado internacional.....
 - c) La incongruencia arancelaria.....
- 6.- Consumo nacional aparente
- 7.- Diferencia entre chocolate orgánico e inorgánico.....
 - a) Beneficios del chocolate orgánico.....
- 8.- Impulsar y mejorar la competitividad.....
- 9.- Políticas.....
- 10.- Normas internacionales y mexicanas



11.- Organizaciones que apoyan al sector del cacao.....

12.- Estadísticas de encuesta.....

13.- Conclusiónpag.

14.- Referencias.....pág. 46



1.- MATRIZ DE INVESTIGACIÓN

El principal problema de nuestra investigación es la falta de consumo de chocolate en México

Nuestro objetivo primordial es identificar el principal déficit del cacao al momento de su transformación, así como averiguar el motivo el consumidor opta mas por el chocolate importado y conocer la razón de que México no crece en la industria del chocolate.

Al momento de inicial con nuestro proyecto de investigación pasaron por nuestra mente muchas interrogantes, nos preguntábamos ¿cuál es el déficit de México en la transformación del cacao?, el hecho de saber si: ¿el cliente consume más el chocolate importado? Y ¿cuales son los motivos por los cuales México no crece en la industria del chocolate?

Al vagar en un sistema el cual para nosotras era desconocido, pero a la vez ansiosas por el hecho de descubrirlo, llegamos al punto de preguntarnos: Si México es uno de los principales productores de cacao. Entonces ¿porque al momento de la transformación este pierde su potencial?

Decidimos realizar una encuesta de 11 preguntas las cuales primordialmente se basaban en saber si conocían el chocolate orgánico, cuál es la principal causa por la que los usuarios no lo consumían, la manera en que preferían consumir el chocolate, repartiendo los cuestionarios a una muestra de 50 personas con edades que van desde los 18 hasta los 27 años entre hombre y mujeres , lo decidimos así porque es la población productivamente activa y en promedio la que tiene el hábito de comer azúcares a diferencia de un adulto que padece mayor numero de enfermedades y el punto es hacerles ver de los beneficios que el chocolate orgánico posee.

La encuesta que aplicamos nos ayudo a resolver nuestras incógnitas que teníamos ya que mediante las respuestas que nos daban los encuestados pudimos hacer una serie de estadísticas que nos ayudo a comprobar lo que ya teníamos investigado en la investigación documental.



1.- Matriz

Nuestra investigación habla de los países con más ricos en cacao como Chiapas, en las encuestas nos enfocamos más en saber porque la gente no consumía el chocolate orgánico y en consecuencia de esto el déficit en la exportación de mismo.



2.-Producción en México

La gente que se dedica a cultivar dicho cacao son familias pertenecientes más al estado de tabasco que son unas 25233 y en Chiapas 12633. México ocupa el séptimo lugar como productor de cacao a nivel mundial, aporta el 1.6% de la producción total, genera aproximadamente 40 mil toneladas de cacao fino al año con valor de 551 millones de pesos, el cual se extrae y produce en Chiapas, tabasco, Oaxaca, Guerrero y Veracruz (SAGARPA)

Foto 2

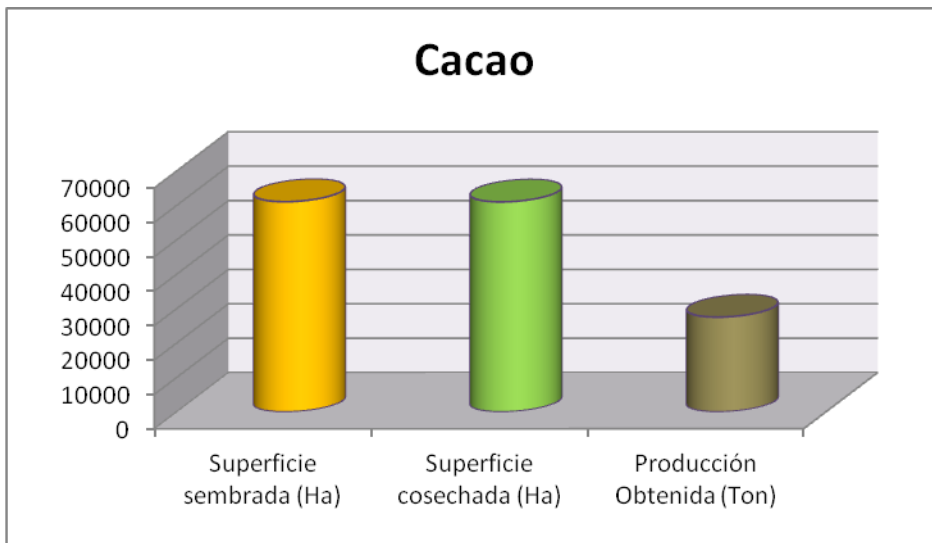


Fuente:Desdelnortedechiapas.blogspot.com. (2005)

En la siguiente grafica 1 se muestra la gráfica el total de la superficie sembrada, cosechada y la producción obtenida a nivel nacional.



Grafica 1: Cultivo de cacao nivel nacional.



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP 2010

Como podemos observar en esta gráfica la superficie sembrada en hectáreas es de 61,593, la cosechada 60,335 mientras que la producción obtenida (Ton) es de 9,807.

Es importante enfocarnos en estos estados ya que por las condiciones de sus tierras y su clima son los que aportan en mayor cantidad este recurso para México.

Los estados de Tabasco y Chiapas producen el 99.45% del total nacional del cacao; Tabasco es el estado con mayor superficie de cultivo con aproximadamente 60,324.80 Ha y Chiapas ocupa un segundo lugar con 35,014 Ha (Colegio de Post- Graduados, 2007).

La gente que se dedica a cultivar dicho cacao son familias pertenecientes más al estado de Tabasco que son unas 25,233 y en Chiapas 12,633 (SIAP).

Chiapas posee nueve regiones económicas y once distritos agropecuarios, sin embargo solo cinco de estos producen cacao las cuales son:



2.- Producción en México

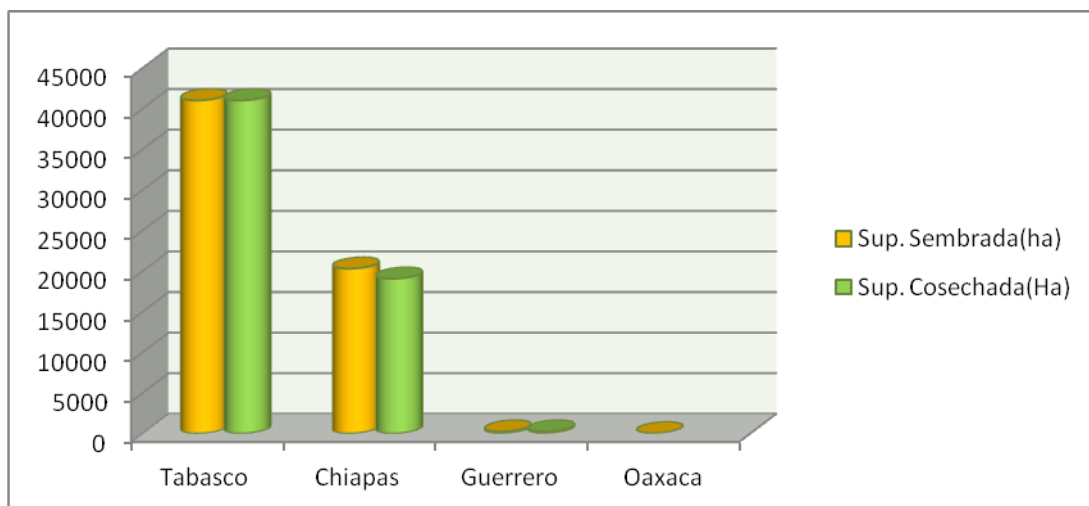
- Tuxtla Gutiérrez.
- Pichucalco
- Palenque
- Tapachula
- Selva

En Tabasco las principales regiones productoras son:

- **La Chontalpa:** conformada por Cunduacán, Comacalco, Cárdenas, Paraíso, Jalapa de Méndez y Huimanguillo.
- **El Centro.**
- **La Sierra:** formada por Teapa y Tacotalpa. (García Yañes, 1994)

En las siguientes graficas se muestra información del año 2011 sobre la superficie sembrada y cosechada de los cuatro estados principales productores de cacao:

Gráfica 2: **Producción de cacao (Estados de México).**



Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP 2011.



2.- Producción en México

Mediante esta gráfica se muestra tanto la superficie sembrada y la cosechada de los estados productores de cacao. Vemos que Tabasco es el principal productor, después sigue Chiapas, Guerrero con la menor cantidad y Oaxaca que solo cuenta con una Superficie Sembrada de 22 (Ha).

a) Producción y Rendimiento

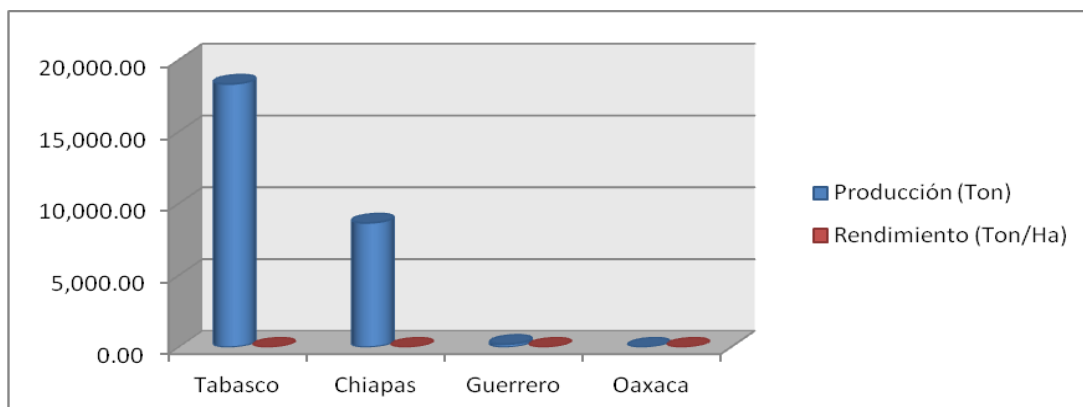
Tabla 1: Anual 2010, Ciclo: Cíclicos y Perennes, Modalidad: Riego + Temporal

Ubicación	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)	PMR (\$/Ton)	Valor Producción (Miles de Pesos)
CHIAPAS	8,649.42	0.43	33,521.86	289,944.68
GUERRERO	203.74	0.85	4,973.15	1,013.23
OAXACA	0.00	0.00	0.00	0.00
TABASCO	18,320.45	0.45	39,701.09	727,341.80
TOTAL	27,173.61	0.44	37,473.85	1,018,299.71

Fuente: Elaboración propia con datos SIAP (2010)

En esta tabla podemos observar es estado de Oaxaca es el único que no cuenta ni con producción ni rendimiento por lo que pasa a afectar disminuyendo el valor de la producción.

Grafica 3: **Producción y Rendimiento.**



Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP 2010.



2.-Producción en México

Podemos observar en esta gráfica la producción y rendimiento de los 4 estados que producen la mayor cantidad de cacao a nivel nacional, vemos que Tabasco tiene una gran aportación pero su rendimiento es demasiado bajo, al igual que Chiapas, Guerrero y Oaxaca que no se queda en ceros respectivamente

SIEMBRAS Y COSECHAS RESUMEN NACIONAL POR ESTADO PERENNES 2011 RIEGO+TEMPORAL

Tabla 2: Siembras y Cosechas SITUACION AL 31 DE ENERO DE 2011

Estado	Superficie (ha)		Producción (ton)	Rendimiento (ton/ha)
	sembrada	cosechada	obtenida	obtenido
CHIAPAS	20,304	19,068	4,818	0.253
GUERRERO	240	240	102	0.427
OAXACA	22			
TABASCO	41,027	41,027	4,886	0.119
TOTAL	61,593	60,335	9,807	0.163

Fuente: Elaborado por el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), con información de las Delegaciones de la SAGARPA.

En esta tabla se muestra los comparativos entre los cuatro estados que producen más cacao, Chiapas con una superficie sembrada de 20,304 con una producción obtenida de 4,818, Guerrero 240, 102, Tabasco 41,027, 4,886 respectivamente y Oaxaca que solo cuenta con una superficie sembrada de 22 (Ha).

b) Condiciones ambientales para tener un cultivo de cacao exitoso.

En la actualidad es posible señalar con mayor precisión las condiciones ambientales, especialmente en lo referente a temperatura, bajo las cuales debe cultivarse el árbol de cacao, si se desea tener seguridad de una buena



producción. Los requisitos de temperatura pueden expresarse de la siguiente forma:

- i) La temperatura media anual no debe ser menor de 21° C
- ii) La temperatura mínima media diaria no debe ser menor de 15°C
- iii) La mínima absoluta no debe ser menor de 10°C
- iv) Para un crecimiento rápido del tronco la temperatura media debe ser mayor de 25.5°C.
- v) Para aminorar los peligros de infección de la *Phytophthora* la temperatura mínima media diaria no debe bajar de 15°C.
- vi) Para que la materia orgánica del suelo se conserve, la temperatura del aire no debe subir de 25°C.

De acuerdo con las anteriores consideraciones puede concluirse que los límites de temperatura del cacao deben ser de 15°C para la temperatura mínima media mensual y 30°C para la máxima media mensual. La temperatura óptima queda en un punto situado entre ambos extremos y lo que resta por determinar es si una temperatura constantemente uniforme es mejor, o si es preferible una temperatura que fluctúa con cierta amplitud.

Conclusión:

Tabasco es el principal productor de cacao por encima de Chiapas gracias a su tierra y a un clima adecuado que perdura ahí, además de que cuenta con una gran ventaja ya que en Tabasco podemos encontrar iniciativas como la de la **Finca Cholula**, la cual con apoyo de programas como el Fondo Global para el Medio Ambiente y el Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo, ha logrado llevar a cabo un proyecto piloto de agroturismo, éste ha sido posible gracias a que en finca se puede encontrar una gran diversidad de fauna (aves,



2.-Producción en México

primates, ardillas, etc.), y de flora (árboles maderables, platanales, orquídeas silvestres, aves de paraíso, etc.).

Esta misma situación se repite a lo largo de las diferentes plantaciones de cacao gracias a que es un sistema tradicional de cultivo bajo árboles de sombra y estos promueven la biodiversidad pues son fuente de alimento para aves, reptiles y mamíferos como los monos aulladores.

Además de que sirve de nicho ecológico a una gran diversidad de especies vegetales y animales, sobre todo que las fincas de cacao se convierten en pequeños pulmones con gran capacidad de absorción de carbono.



3.- Demanda de cacao

En lo comercial se lleva acabo de la siguiente manera: los productores primarios, principalmente, venden su cacao en mazorcas sin procesar lo cual da beneficio tanto a intermediarios como a las asociaciones a las que pertenecen.

Las asociaciones quienes tienen una infraestructura la cual les permite llevar a cabo la fermentación y secado del grano, estos a su vez, venden el grano seco a intermediarios o a la Unión Nacional.

Entre los ciclos 2001 y 2002, los principales acopiadores del grano de cacao fueron: la UNPC que acopió el 32.9% del volumen producido, después la empresa AMSA (Agroindustrias Unidas de México S.A. de C.V.) con 15.7%, AGROMERC con el 11% y ED & MAN de Comercio con el 9.4%, con un total 22,028 toneladas; esto es, el 69% de la producción regional, el 65% de la estatal y el 47% de la producción nacional. (TABASCO 2003).

En un segundo nivel participaron dos comercializadores medios: Transf. San Martín y Barry Callebaut que comercializaron el 19% regional, el 14% estatal y el 10.3% nacional. (TABASCO 2003)

En un tercer lugar se ubicaron siete empresas que negociaron el 16% de la comercialización regional, 15% del volumen estatal y 11% del nacional. Los pequeños intermediarios y agroindustrias locales apenas acopiaron individualmente unas mil toneladas por ciclo. (TABASCO 2003).

El productor primario vende pequeñas cantidades de cacao “en mazorca” para satisfacer sus necesidades familiares más importantes, por lo que no puede esperar tanto tiempo para el pago de su producto, esto es un problema ya que tardan mucho en liquidarles.



3.- Demanda de cacao

Existe una gran competencia en Tabasco para el acopio del cacao, así que los intermediarios, sobre todo los representantes de plantas industriales nacionales o trasnacionales, establecen convenios con acopiadores y beneficiadores importantes e incluso con la UNPC, anticipando recursos económicos para el acopio y definiendo precio, envasado, calidad y exclusividad en la venta, entre otros (Sistema Producto-Tabasco).

(NORTIMEX 2007)

El consumo final es la demanda del cacao seco, el cual da como resultado la comercialización de cacao a plantas industriales que lo transforman en producto terminado, lo cual provoca que sea muy reducido el volumen de cacao que se procesa hasta obtener un subproducto, aproximadamente se calcula que la molienda en el estado no llega al 5% del total de la producción de cacao.

Solo el 5% aprox. de la producción se industrializa y comercializa dentro del Estado. (TABASCO 2003).

Conclusión:

Aquí nos muestra que no importa tanto procesar el cacao mexicano porque la demanda es a través del cacao seco, esto es una ventaja que tenemos ya que el país no cuenta con la suficiente maquinaria para poder transformarlo en un producto y poder venderlo. Nos queda aprovechar al máximo este recurso así como hay una competencia en Tabasco porque es el mayor productor de este recurso, que establece convenios con plantas, nacionales y transnacionales, también hay que establecer esos convenios, en lo que son los estados de Chiapas y Guerrero para que así eso que perdemos en poder transformarlo en un producto para poder consumirlo, lo ganemos en mayores exportaciones de cacao seco.



3.- Demanda de cacao

Otro punto muy importante es que cuando el productor primario vende el cacao en “mazorca” no se le paga muy bien, esto los desanima y ocasiona que la venta del producto baje lo que propicia a un menor desabasto en la producción que afecta a nuestro país, para la solución de este problema se debería de establecer un contrato en donde se indique en qué fecha se obliga a pagar al productor y que sea en el menor tiempo posible, para que así no afecte a su economía y no afecte al mismo tiempo las ventas del cacao.



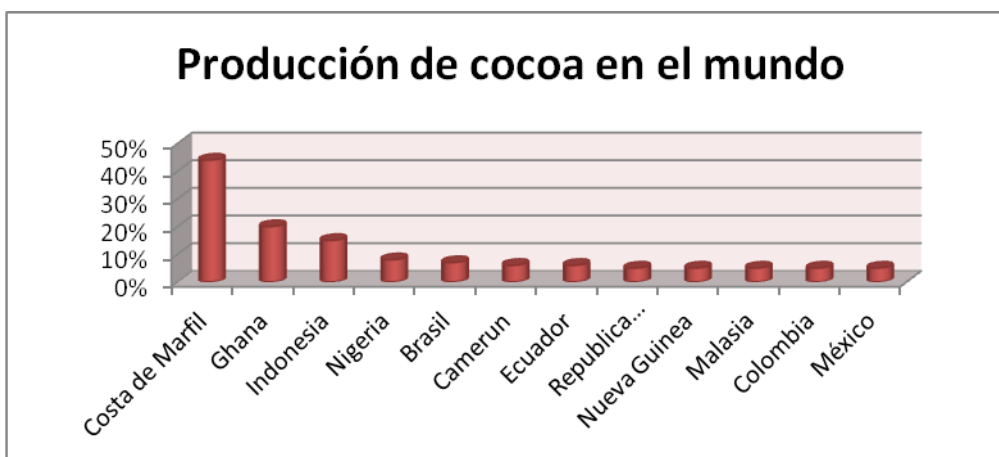
4.- México y el mundo:

A México con respecto a la producción de cacao le afectó la entrada en vigor del TLCAN ya que por medio de este se introdujeron productos extranjeros los cuales se hicieron demasiado la competencia a las marcas mexicanas causando una gran disminución de ventas en estas empresas ya que las otras marcas cuentan con una mayor tecnología, capacitación, lo cual provoca que las mexicanas les falte competitividad.

Algunos motivos por los cuales ha bajado la competitividad en México es porque los árboles de tabasco tienen más de 40 años de edad; esto significa que soy muy viejos que la calidad del cacao se reduce, otro motivo es por no controlar la moniliasis, la mancha negra y la falta de tecnificación en el cultivo

Abajo se muestra una gráfica donde se ve la productividad y el bajo desempeño que ha tenido México con otros países, vemos que el país con mayor productividad es Costa de Marfil con 44%, le sigue República de Ghana mayor a 15% y tercer lugar Indonesia con una producción de 15%, como último lugar se encuentra México con producción menor de 5%.

Grafica 4: **Producción de cacao en el mundo.**



Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA.



a) Principal amenaza del cacao

Dentro de 20 años, el cacao podría ser tan escaso, que convierta al chocolate en un carísimo producto de lujo.

El chocolate auténtico será dentro de dos décadas un carísimo y escaso producto que hará honor a su origen: Theobroma Cacao, el "alimento de los dioses".

Así lo señalan diversos expertos, que destacan la precaria situación del cultivo mundial de cacao. Diversas razones económicas y medioambientales explican

Fuente: (Fernandez Muerza, 2011)

-Explotación laboral y ecológica: más de la mitad de la producción mundial de cacao procede de Costa de Marfil y Ghana. El abandono de plantaciones en estos países ha sido constante.

Los agricultores ganan 56 céntimos de euro al día en unas duras condiciones laborales (su esperanza de vida es de 56 años) y no dudan en cultivar otras plantas más rentables, como las destinadas a agro combustibles, o en abandonar el campo para buscar trabajo en la ciudad. En ocasiones se ha sustituido con mano de obra infantil, que ha supuesto el fin de su producción ante la presión de diversas ONG.

La sobreexplotación se ha traducido en la pérdida de fertilidad de muchos cultivos, sin que se pongan los medios para su regeneración. Los países productores carecen de incentivos para plantar árboles y esperar los cinco años mínimos para una nueva cosecha.

-Especulación financiera y desequilibrio oferta-demanda: la demanda mundial de cacao es ya superior a la oferta y los precios no paran de aumentar.



4.- México y el mundo

Los cultivos se han extendido a otros países productores de cacao (solo crece en latitudes de diez grados del ecuador), pero serán insuficientes ante el rápido crecimiento de la demanda, con nuevos y enormes mercados, como la India o China.

Enfermedades: el denominado "cacao swollen shoot virus" (CSSV) ataca a los árboles de cacao en África y provoca pérdidas importantes en las cosechas. (Fernandez Muerza, 2011).

En Brasil, el hongo *Crinipellis pernicioso* es la pesadilla de las plantaciones. El cambio de sistema de cultivo (se ha sustituido su hábitat natural por monocultivos para aumentar su producción) podría explicar la falta de defensas ante estas enfermedades.

b) Medida principal para ayudar al cacao

Proyectos de cooperativismo y comercio justo: el actual sistema de explotación es insostenible y ya se buscan otras fórmulas. La multinacional Nestlé ha puesto en marcha un proyecto para crear cooperativas de campesinos que mejoren sus condiciones económicas, con el objetivo de replantar de 10 millones de hectáreas en África.

Foto 3

Los cultivos de cacao basados en comercio justo son cada vez más populares. Los consumidores que compran estos productos contribuyen a la recuperación de esta planta y proporcionan unas condiciones laborales dignas y justas y una producción sostenible.



Fuente: (Fernandez Muerza, 2011)



Conclusión:

Primero que nada hay que atacar el problema de raíz que son los arboles que ya están en mal estado por la monoliasis, daño que se debe a la falta de atención y mantenimiento que se les da, porque de que nos sirve tener los mejores arboles de cacao si no les dan el debido cuidado. O también podría ser que en donde están situados los arboles no tengan las condiciones adecuadas para su pleno desarrollo.

A continuación se presentan algunas condiciones para el pleno desarrollo cacaotal:

Se debe tener especial cuidado y para seleccionar tierra adecuada para el establecimiento de un cacaotal, deben considerarse en primer término los factores geográficos, principalmente latitud, altitud y relieve, en segundo lugar los factores climáticos, especialmente temperatura y lluvia y en tercer lugar las características principales del suelo y forma en que se le trató anteriormente, y por ultimo ciertos factores económicos referentes a la disponibilidad de la mano de obra, vías de comunicación y mercados.



5.- Mercado Internacional de cacao orgánico

Es importante revisar el comportamiento de los mercados, de los compradores y consumidores. El mercado del cacao una de sus características es ser variable además de evolucionar constantemente esto a que los consumidores buscan experiencias con nuevos productos, lo que provoca que las empresas crean nuevas tendencias y también tienen la necesidad de aplicar nuevas estrategias y tecnología.

Para garantizar la sostenibilidad del sector de cacao en América Central, es fundamental que cualquier inversión a largo plazo responda a las demandas más confiables del mercado.

En la actualidad, el mercado de chocolate orgánico todavía es menor al 0,5% de la producción total de chocolate del mundo (ICCO 2006).

Alrededor del 20% de las exportaciones de cacao y derivados las realizan cooperativas u otros tipos de organizaciones, las cuales son formadas por agricultores. Estas cooperativas se encargan de procesar el cacao y realizar los contactos para su venta al exterior, ya sea a través de un broker o directamente con el importador.

Foto 4



Fuente: importayexporta.blogspot.com

El mercado del cacao cada vez está creciendo, por medio de la producción que está siendo financiada parcialmente por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), el cual su objetivo es promover la integración y el desarrollo de los países fundadores. México se integró a este banco desde el 12 de noviembre de 1992 como socio extra regional.

Tabla 3: Por medio de esta tabla se muestra el tamaño del mercado de cacao orgánico por país de origen con respecto a la producción de granos de cacao.



5.-Mercado Internacional de cacao orgánico

orgánico entre los años 2003 y 2006 se estimó en 15, 500 toneladas y las exportaciones en 11,170 toneladas en los últimos años

Tabla 3: **Tamaño del mercado de cacao orgánico por país de origen**

País o región	Fecha	Producción orgánica (toneladas)	Exportaciones orgánicas (toneladas)
África		3000	1770
Ghana	2005	Na	Na
Madagascar	2003	1500	1500
Tanzania y Uganda	2005	1500	270
América		11,738	8638
Belice	2004/2005	33	33
Bolivia	2003/2004	400	400
Brasil	2005/2006	1100	50
Costa Rica	2004/2005	300	300
Republica Dominicana	2004/2005	5000	5000
El Salvador	2005	30	30
México	2005	2500	600
Nicaragua	2004	98	98
Panamá	2005	350	350
Perú	2005	1850	1700
Venezuela	2005	77	77
Asia y Oceanía		762	762
Fiji			
India	2002	50	50
Sri Lanka	2005	12	12
Vanuatu	2005	200	200
Total	2002	500	500
		15,500	11,170

Fuente: encuestas de la ICCO (2006 y 2005), IFOAM (2006), SIPPO (2002)



a) Mercado nacional del sector de cacao

El mercado del cacao diferenciado incluye segmentos que permiten a un vendedor optar por condiciones especiales en la venta de su producto por las características especiales con las cuales cuenta. Estos mercados ofrecen beneficios adicionales para las empresas de productores pero, a la vez, presentan requerimientos específicos que no existen en los mercados convencionales.

En México la década de los noventa hizo aportaciones por un equivalente total a 31 mil toneladas de grano con un valor de 62 millones dólares, mientras las exportaciones alcanzaron las 15 mil 500 toneladas de grano y derivados, con un valor de 26.3 millones de dólares. México en el comercio internacional es un importador neto.

El mercado del cacao en grano seco en México presenta desde los años noventas una balanza negativa, se calcula que para 2012 la demanda interna esperada alcanzará las 65,000 toneladas lo que representa la importación de casi 2/3 partes de este grano.

b) Mercado internacional:

En el mundo, dos tercios del cacao ingresan al comercio internacional, donde la cadena de valor está concentrada en pocos transformadores que procesan dos terceras partes de grano. El 95% del grano cacao en este mercado es del tipo: básico, corriente, ordinario o bulk, proveniente del grupo de variedades llamadas Forasteros, y el resto es de grano llamado *fino*, *flavor* o *aromático* de variedades criollas. Son tres los oferentes de un tercio del cacao en chocolates y cocoa en polvo (*Nestlé*, *Mars* y *Hershey'sFood*).

El Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), el año pasado comenzó a financiar la producción del cacao orgánico en los países de Costa Rica, El Salvador, Honduras y Nicaragua, esto beneficio aproximadamente



5.-Mercado Internacional de cacao orgánico

unas 11,500 personas que se dedican a esta actividad, se dieron créditos para 2,310 pequeños productores.

En Honduras la calidad de cacao que se producen y venden ha ido creciendo cada vez se produce mas cacao orgánico que convencional y este se ha vendido a Suiza. Para Nicaragua se financio un el año pasado un millón de dólares para financiar a 300 productores de cacao aproximadamente el cual se vendió en Europa, es entre otros proyectos que realiza el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

En Costa Rica los productores de cacao son aproximadamente unos 1,600 que se dedican a la producción del cacao orgánico, Costa Rica tiene un exportaciones de diez millones de dólares anuales.

A continuación se muestra una noticia en donde el gerente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates, Dulces y Similares, Noé Lecona Sánchez proporciona información sobre la cantidad que se importa al extranjero de chocolate, el cual es un aproximado de 35 mil toneladas, también menciona la problemática que existe con la falta de cacao.



CUANTO SE IMPORTA DE CHOCOLATE AL EXTRANJERO

Abarca unas 135 mil toneladas el mercado de chocolate

Se importa el 25% del chocolate que se consume en el país, es decir, cerca de 35 mil toneladas.

El mercado del chocolate en México asciende a cerca de 135 mil toneladas al año, aseguró el gerente de la Asociación Nacional de Fabricantes de Chocolates, Dulces y Similares, Noé Lecona Sánchez.

Entrevistado en el marco de la 23ª Exposición Internacional para la Industria de la Confitería, Confitexpo 2008, precisó que se importa 25 por ciento del chocolate que consumen los mexicanos, es decir, cerca de 35 mil toneladas.

“De ese 25 por ciento que se importa, entre un 6 y 7 por ciento ingresa en forma ilegal, es decir, unas tres mil toneladas”, destacó, tras citar que las tiendas de autoservicio denominadas Waldo’s venden chocolate a precios “dumping”, lo que constituye una competencia desleal.

Mencionó que, a pesar de que no provoca gran mella al sector la venta de chocolates en las tiendas en mención, “todo lo que entre fuera de normatividad afecta sin duda a la industria”. Lecona Sánchez comentó también que México exporta 12 mil toneladas de chocolate, y en caramelos alcanza casi las 40 mil toneladas, toda vez que el dulce mexicano es muy apreciado en el extranjero porque “es muy especial, de frutas, de gran sabor”.

Destacó que el sector chocolatero enfrenta una severa crisis por la falta de cacao y agregó que, por ahora, se registra un déficit de unas siete mil toneladas de esta materia prima, pero se corre el riesgo de que a futuro sea mucho más

El directivo puntualizó que se utilizan unas 30 mil toneladas anuales de cacao para la producción de chocolate en el país, por lo que es urgente buscar solución al problema que se vive con la enfermedad que padecen los árboles de cacao en México.

Al respecto, consideró que la única forma es tener nuevos árboles para evitar la enfermedad, al no poderse eliminar el hongo “*moniliophthora roreri*”, uno de los más destructivos en las plantaciones de cacao.

Fuente www.packaging.enfasis.com



c) La incongruencia arancelaria

En el marco del TLCAN y la apertura del mercado a partir del 2001, los productos elaborados (chocolate golosina) entran al país sin aranceles; sin embargo se mantiene el arancel de importación del 5% para grano y del 20 para cocoa en polvo. Esto se representa una desventaja para la industria nacional con respecto a la de Estados Unidos, quienes no pagan arancel en su país por la importación de cacao pero exportan sus productos México sin castigo. A esta situación se le ha denominado la incongruencia arancelaria.

La SAGARPA y la Secretaría de Economía han introducido una política orientada a cubrir el déficit, asignando cupos(libres de arancel) de importación de grano de cacao para los industriales, vigentes en la temporada de escasa producción nacional (abril a septiembre). Los industriales están obligados a comprar toda la producción nacional independientemente de su precio y calidad durante el resto del año, así como invertir recursos para gestión de los cupos, los cuales tienen un tiempo de demora entre un mes y un mes y medio, complicando la logística de producción. Se protege a los productores primarios de una importación indiscriminada y se desfavorece a los industriales.

Un productor mexicano actualmente recibe entre mil 400 y mil 800 dólares por tonelada de cacao fermentado y seco en el mercado interno, mientras productores en otros países como Malasia o Costa de Marfil reciben entre mil 200 y mil 300 por tonelada. Esto significa que en el periodo 2001 al 2003, cuando el precio internacional del cacao estaba alrededor de dos mil dólares por tonelada, productor rural mexicano recibió un 76% del precio internacional, mientras que los productores en África, Asia y el resto de América Latina oscilan entre el 40 y 70%.

A esto hay que agregar que la forma en que se prepara una parte del cacao, sin fermentar, no cumple con las normas internacionales del mercado internacional. Sin embargo, tiene un lugar estable en el mercado nacional, como en el caso de los productores de Chiapas que ofrecen a la venta *grano de cacao lavado*.



Conclusión:

El mercado de México tiene un problema con respecto a la cantidad e incluso calidad de producción del cacao, esto debido a las plantaciones por ser ya muy viejas, están mas propensas a las plagas y también estas plantaciones producen menos por esta situación México no es muy competente con los demás países.

Gracias a la política que SAGARPA introdujo los productores primarios tienen más oportunidad de poder vender su producto sin importar mucho su calidad



6.-Consumo nacional aparente

La demanda de productos de cacao orgánico está creciendo a un ritmo muy rápido, esto gracias a que los consumidores se están preocupando cada vez mas por su salud. También ha aumentado la cantidad de consumidores de chocolate orgánico ya que se ha incrementado la presencia de este producto en los supermercados

Según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura) en el periodo de 1997 a 2006 en México el consumo anual llego a tener un incremento de 1.05% en promedio, aunque a partir del año 2002 decreció el consumo del cacao en el país.

Foto 5



Fuente: elorbe (2004)

El Sistema Producto Cacao pondrá en los próximos meses una campaña para informar a la gente los beneficios del cacao para que así el consumo aumente, también es importante para lograr el consumo en México, es necesario atender las materias primas, para que así también exista producto que ofrecer al público ya que los productores cuentan con severos problemas por las plagas, por falta de mejorar la practica agrícola y también la falta de financiamiento



Conclusión:

El consumo de chocolate en México es muy bajo uno de los motivos por este bajo consumo es debido a que el sabor del chocolate orgánico es amargo y el pueblo no está acostumbrado a estos sabores por lo cual es la baja, a pesar de existir un registro de crecimiento en el consumo es muy mínimo. Es muy positivo el crear campañas para aumentar el consumo de este y también se tiene que incrementar los lugares de venta y ser más accesibles para el público, si no aunque sepan los beneficios y la existencia de este producto no funcional por completo si no existe un acceso.



7.- Diferencia entre chocolate orgánico e inorgánico

7.- Diferencia entre chocolate orgánico e inorgánico:

La agricultura orgánica mantiene a los suelos con una buena salud, junto con los ecosistemas y las personas. Este tipo de agricultura no utiliza productos que afecten el bienestar de las personas y el ecosistema, se producen en parcelas sin fertilizantes y agroquímicos sintéticos, ya que estos se introducen a la comida que pueden generar efectos nocivos y reduce los beneficios del chocolate orgánico. En los cultivos perennes la tierra se prepara con abono antes de sembrar el cacao pero para poder hacer esta actividad se tiene que esperar dos años y mas de tres años para la primera cosecha.

Se tiene que cumplir con ciertas normas, regulaciones, así como también inspecciones y pasar ciertas evaluaciones que se realizan año con año para obtener un certificado de chocolate orgánico y garantizar el producto.

Una diferencia del chocolate orgánico al inorgánico son los aditivos y el azúcar agregados a este. El procesamiento por el cual el chocolate convencional es tratado provoca que pierdan su valor antioxidante.

a) Beneficios del chocolate orgánico

Tiene antioxidantes que provienen de los flavonoides¹ que se encuentran en el cacao puro, los cuales ayudan a prevenir el cáncer como el de intestino, enfermedades del corazón, y una serie de otras enfermedades. También se absorben las vitaminas y los minerales tales como hierro, magnesio y vitamina B al comer chocolate negro, y puede ser disfrutado por las personas con alergias o sensibilidades a los lácteos.

Los nutrientes de este chocolate mantener los vasos sanguíneos flexibles y reducir la presión arterial el riesgo de avivar y ataque al corazón es menor, también ayuda a reducir el colesterol, mantener las articulaciones lubricadas, protege a la piel de los rayos ultravioleta, retarda el envejecimiento, previene

¹ **Flavonoides:** son pigmento vegetales no nitrogenados. Tienen propiedades antioxidantes, anticancerosas, cardiotónicas, antitromboticas (formación de trombos en los vasos sanguíneos), fragilidad capilar (prevenir el sangrado), disminución del colesterol, protección del hígado, del estomago, antiinflamatorias y analgésicas, y antimicrobianas (antivirales)



7.- Diferencia entre chocolate orgánico e inorgánico

nacimientos prematuros, también reduce el riesgo de demencia y mejora el buen funcionamiento del cerebro

Otro beneficios son, las endorfinas que suelta el chocolate en el cuerpo causan una sensación placentera que puede actuar como un antidepresivo, reduce los efectos del estrés, también los diabéticos lo pueden consumir ya que mejora la resistencia a la insulina

Conclusión:

Existe mucha diferencia entre un chocolate orgánico a un convencional, gracias a que el chocolate orgánico no cuenta con ningún químico o sustancia que altere su naturaleza por lo cual proporciona los beneficios de tal. Conocer los beneficios del chocolate orgánico ayuda a que exista un interés e incluso un mayor consumo



8.- Impulsar y mejorar la competitividad:

El cacao mexicano posee características para ser un producto capaz de obtener buenos precios en el mercado internacional, sin embargo actualmente puede competir en el mercado internacional. Hay un desabasto interno y el grano no cuenta con la calidad de las normas internacionales; por otro lado, los costos de producción son elevados en México, en comparación con otros oferentes a gran escala.

- Aprovechar la experiencia de países con alta producción como Brasil y Malacia.
- Utilización de material vegetativo mejorado, de alto rendimiento, y resistencia a las enfermedades
- Promover la renovación de cacaotales viejos, utilizando materiales mejorados y haciendo resepas en las plantaciones donde se observan árboles viejos.
- Adopción de prácticas culturales mejoradas, incluyendo las podas para facilitar la floración y obtener un porte bajo de planta para permitir una cosecha más eficiente.
- Diversificación de cultivos dentro de la plantación para distribuir el riesgo y reducir la dependencia única del cultivo de cacao.
- Utilizando el riego, ya que se ha comprobado por parte de las organizaciones de apoyo que los productores que tienen acceso al riego pueden producir hasta el doble.

La cosecha del fruto en su punto óptimo de madurez y el manejo adecuado pos cosecha.



Conclusión:

Nosotros los mexicanos somos ricos en nuestros recursos naturales, y en esta ocasión en el cultivo del cacao. Esta es una gran ventaja pero al mismo tiempo hay una gran desventaja porque no estamos lo suficientemente capacitados para saber explotarlos adecuadamente, y también porque no contamos con la tecnología necesaria para poder procesarlo y venderlo a un precio más accesible ya que tenemos una gran barrera que son las innovaciones tecnológicas, falta de capacitación y falta de conocimiento para hacerlo



9.- Políticas:

La SAGARPA y la Secretaría de Economía introdujeron una política para la importación de grano de cacao en donde los industriales tiene que comprar toda la producción nacional sin importar calidad y precio en la temporada de abril a septiembre, así se protege a los productores primarios de la discriminación y se favorecen los industriales.

Existe un periodo llamado efecto de Costa de Marfil la cual tiene consecuencias como:

- Una escasez del grano de cacao nacional
- Tiene altos costos de adquisición la materia prima
- Los precios se elevan mucho

El objetivo que tienen estas políticas es lograr una mayor competitividad y así fortalecer el sector del chocolate, por medio de reducción de costos y aumentar la eficiencia

Conclusión:

Me parece muy bien que planteen la política en donde se defiende a los productores primarios ya que su venta baja cuando el clima no les favorece afectando su ingreso y así con ella se obtiene un doble beneficio porque se beneficia tanto a los industriales porque con ello elevan su productividad porque sigue entrando cacao al sector sin afectarles la época y se disminuye la posibilidad de que sean discriminados los productores primarios



10.-Normas internacionales y mexicanas:

- ❖ Norma de Codex para cacao sin cáscara ni germen, cacao en pasta, torta de prensado de cacao y polvillo de cacao (finos de cacao) para uso en la fabricación de productos de cacao y chocolate. Codex Stan141-1983 y anteproyecto de norma revisada para el cacao en pasta (Licor de cacao/Chocolate) y torta de cacao. ALINORM 01/14. (Salud, 2002)
- ❖ Norma del Codex para el cacao en polvo (cacao) y mezclas secas de cacao y azúcar. Codex Stan 105-1981 y proyecto de norma revisada para el cacao en polvo (cacaos) y las mezclas secas de cacao y azúcares. ALINORM 01/14. (Salud, 2002)
- ❖ Norma del Codex para el chocolate. Codex Stan 87-1981 y anteproyecto de norma para el chocolate y los productos de chocolate. ALINORM 01/14. (Salud, 2002)
- ❖ Norma del Codex para mantecas de cacao. Codex Stan 86-1981 y anteproyecto revisado para la manteca de cacao. ALINORM 01/14. (Salud, 2002)
- ❖ NMX-F-348/S-1980, Productos de cacao. Determinación de materia extraña. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Dirección General de Normas. (Salud, 2002)
- ❖ NMX-F-54-1982, Cacao parcialmente desgrasado en polvo (cocoa). Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Dirección General de Normas. (Salud, 2002)
- ❖ NMX-F-60-1982, Alimentos. Chocolate con leche y sus variedades. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Dirección General de Normas (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-002-SCFI-1993, Productos pre envasados–Contenido neto–Tolerancias y métodos de verificación. (Salud, 2002)
- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-008-SCFI -2002, Sistema General de Unidades de Medida. (Salud, 2002)



10.- Normas internacionales y mexicanas

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-092-SSA1-1994, Bienes y servicios. Método para la cuenta de bacterias aerobias en placa. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-110-SSA1-1994, Bienes y servicios. Preparación y dilución de muestras de alimentos para su análisis microbiológico. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-112-SSA1-1994, Bienes y servicios. Determinación de bacterias coliformes. Técnica del número más probable. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-113-SSA1-1994, Bienes y servicios. Método para la cuenta de microorganismos coliformes totales en placa. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-114-SSA1-1994, Bienes y servicios. Método para la determinación de *Salmonella* en alimentos. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-116-SSA1-1994, Bienes y servicios. Determinación de humedad en alimentos por tratamiento térmico. Método por arena o gasa. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-243-SSA1-2010, Productos y Servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba. (Salud, 2002)

- ❖ Norma Oficial Mexicana NOM-251-SSA1-2009, Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios. (Salud, 2002)

Conclusión:

Se muestran algunas de las normas que tienen que cumplir los productores, como cantidad de ingredientes a agregar, la forma de tratar al producto con respecto a la elaboración, la higiene que debe tener, entre otros. Como se menciona anteriormente si no se cumplen con estas normas no podrá salir el producto al mercado y no obtendrá certificación.



11.- Organizaciones que apoyan al sector del cacao

11.- Organizaciones que apoyan al sector del cacao:

- ❖ SAGARPA: el principal ejecutor y promotor de la creación del Comité Nacional del Sistema Producto Cacao y el Consejo Nacional de Productos de Cacao coordina la política nacional del sector con la Secretaría de Economía
- ❖ Organización de Productores: están organizados por dos organizaciones regionales en Tabasco y Chiapas, también está integrado por 26 asociaciones locales en Tabasco y 47 en Chiapas
- ❖ Comité Nacional del Sistema Producto Cacao: está representado por representantes nacionales, productores, industria y gobierno
- ❖ Consejo Nacional de Productos de Cacao: tiene representación regional, hay duplicidad con las organizaciones tradicionales, las Uniones y Asociaciones las cuales pueden ser útil para la separación de las funciones de gestión en las empresas
- ❖ La Fairtrade Labelling Organization (FLO): se compone de dos cuerpos independientes FLO-I para establecer normas y FLO-certLtd, para la certificación de Comercio Justo, se compone de 19 iniciativas entre ellas México.

Conclusiones:

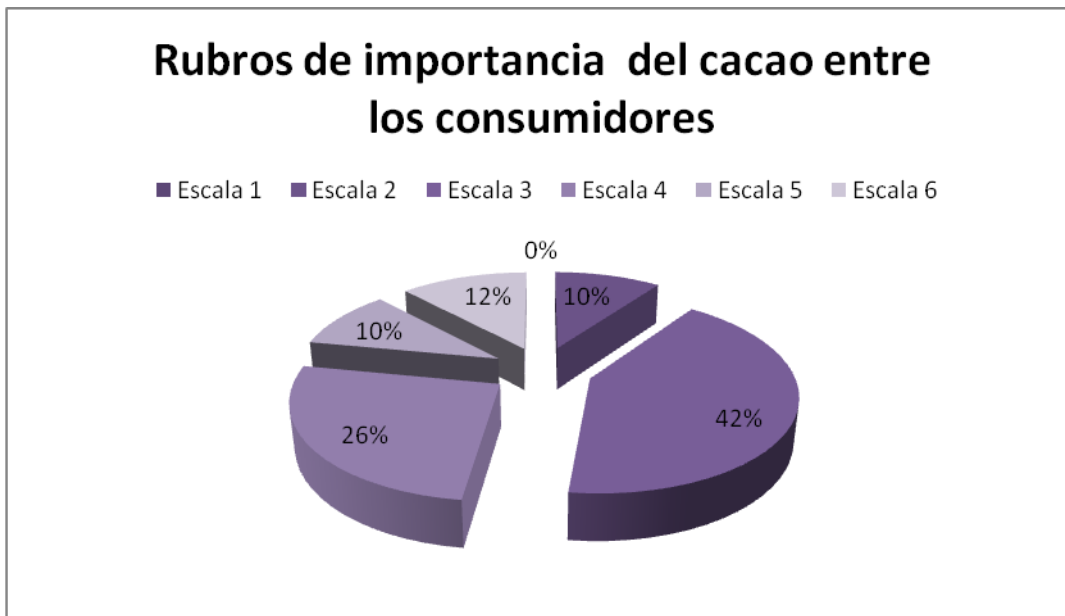
Es positivo el hecho de existir organizaciones que se interesen en el apoyo al campo y producción del cacao en México, por lo tanto están al pendiente de alguna variable. Por medio de estas instituciones el cacao tiene un apoyo sólido, también las organizaciones se dedican a promover el cacao.



12.- Investigación de campo al consumidor:

Se realizó una encuesta a una población de 50 personas incluidas hombres y mujeres que van de los 18 a los 24 años de edad, nuestro propósito fundamental es saber por qué no consumen chocolate orgánico, nos encontramos con diversos factores que nos llevaron a realizar las siguientes graficas:

Grafica 5: **Rubros de importación del cacao entre los consumidores**

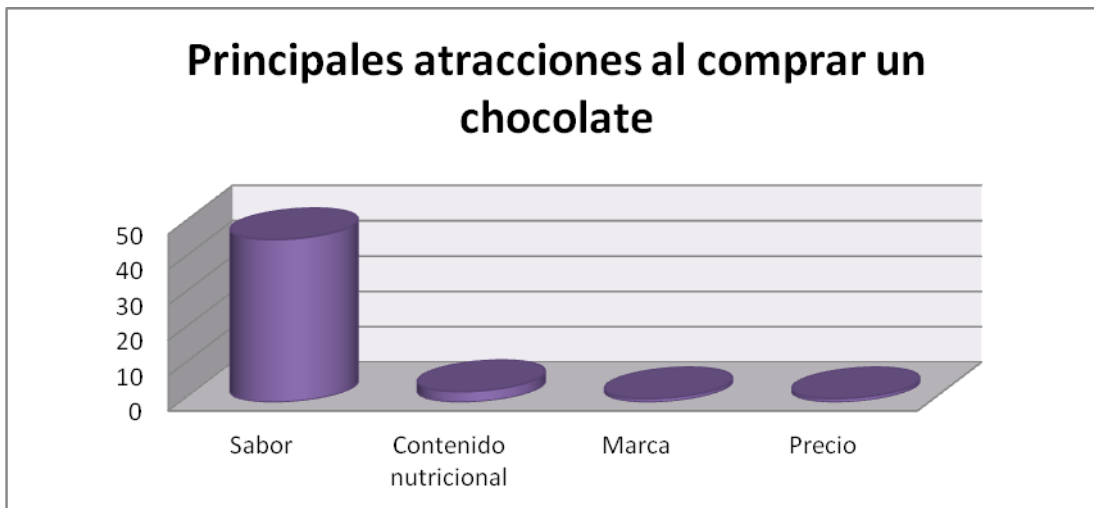


La grafica nos muestra una escala que va del 1 al 6 donde el 6 es “muy importante” y 1 es “nada importante”, así que por mostrado se ve que al consumidor no le es muy importante el cacao como ingrediente fuerte del chocolate.



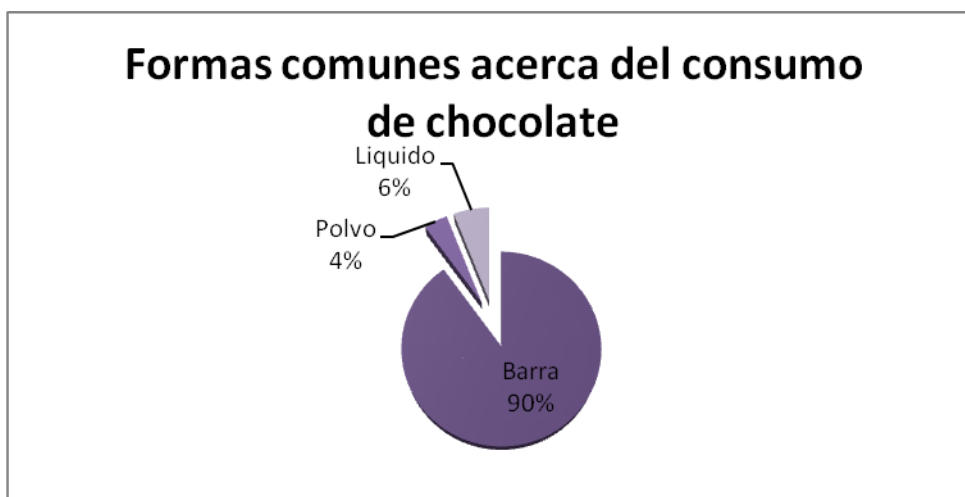
12.- Investigación de campo al consumidor

Grafica 6: Principales atracciones al comprar un chocolate



La grafica nos indica los diversos factores por los que el consumidor se inclina más al momento de realizar una compra de chocolate, siendo los datos verticales el número de personas y los datos horizontales los factores. Así que al cliente le importa más el sabor no tanto el contenido del producto, marca o incluso precio

Grafica 7: Formas comunes acerca del consumo de chocolate.

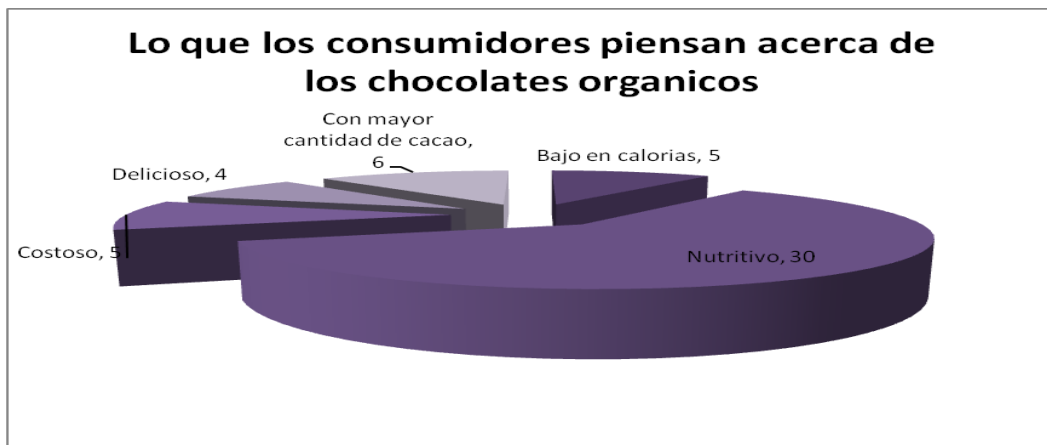




12.- Investigación de campo al consumidor

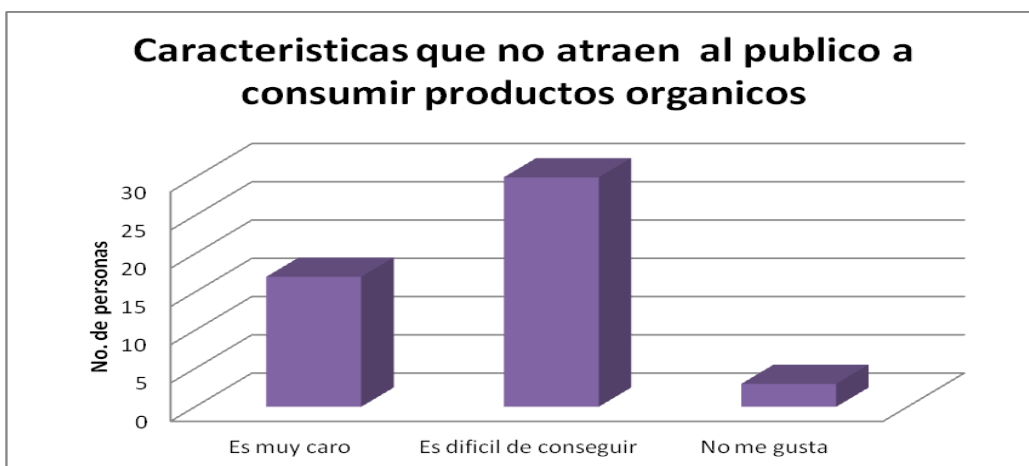
El grafico hace alusiones a las maneras más comunes de consumir el chocolate y el resultado fue que nuestros encuestados prefieren consumir chocolate en barra con un 90%

Grafica 8: **Lo que los consumidores piensan acerca de los chocolates orgánicos**



La grafica nos indica que es lo primero que el consumidor piensa cuando le hablan de chocolate orgánico, por medio de la grafica vemos, que la mayoría de ellos piensa en nutritivo

Grafica 9: **Características que no trae al público a consumir productos orgánicos**

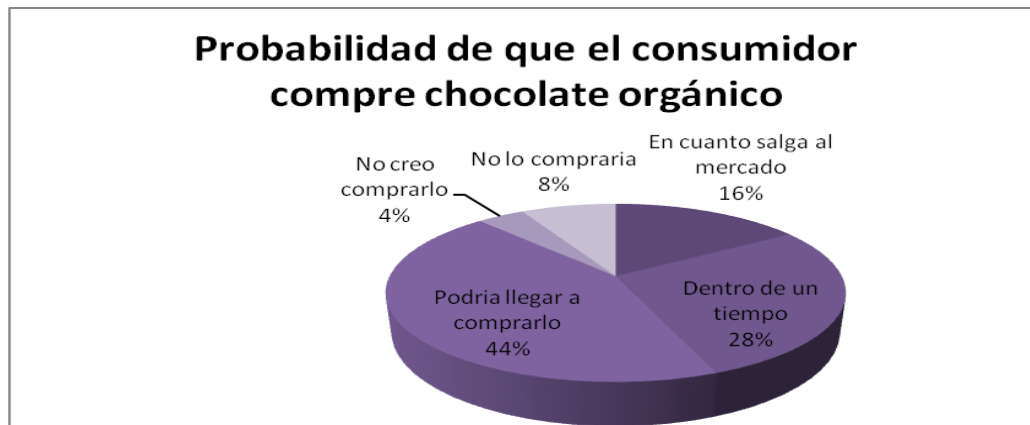


La grafica de arriba nos muestra algunos de los aspectos por los cuales las personas omiten el hecho de consumir chocolate orgánico, la mayoría de los encuestados coinciden en, es difícil de conseguir, seguido de: es muy caro.



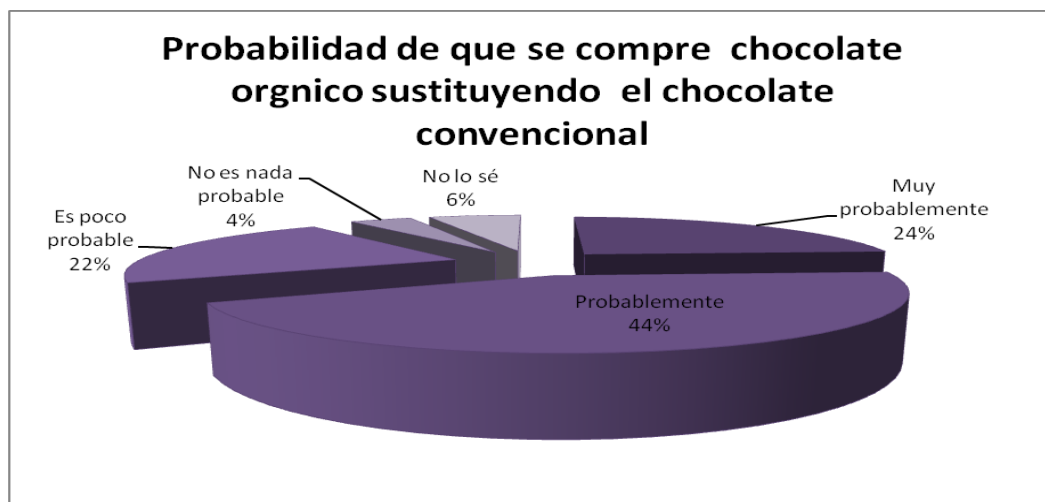
12.- Investigación de campo al consumidor

Grafica 10: Probabilidad de que el consumidor compre chocolate orgánico



En la grafica se ven reflejados los resultados cuando se le pregunta al encuestado, cual es la probabilidad de que compre un chocolate organico considerando que esta dentro de los standares de precios, por tanto tenemos la probabilidad de un 44% lo llegaría a comprar pero lo cual no garantiza el consumo de este producto, no existe mucho interes en el consumidor adquirir este tipo de producto

Grafica 11: Interes del consumidor al saber que el producto es industrializado en México



La grafica nos muestra que tanto prefieren un chocolate orgánico el consumidor, tomando en cuenta que este tiene menor cantidad saborizantes artificiales al momento de compararlo con un chocolate de marca nacional/extranjera.



12.- Investigación de campo al consumidor

Grafica 12: **Interés del consumidor al saber el producto es industrializado en México**



En la grafica aparece lo que el encuestado respondió al saber que el chocolate mexicano es industrializado en México. De lo obtenido es que al 70% se le hace interesante saber si es industrializado en México el chocolate consumido y solo un 4% no le es interesante



13.- Conclusión:

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) representa un gran problema para nuestro país ya que este factor permite que México no crezca en producción de cacao porque lo que paga en aranceles para importar sus productos en E.U lo puede utilizar en impulsar la tecnología para poder elevar la producción del sistema cacaotero, pues ya que tenemos una gran ventaja al ser la cuna del cacao, desgraciadamente no se aprovecha y no se tiene realmente la oportunidad de elevar la productividad.

También se puede decir que productos rurales mexicanos no pueden competir con productores de otros países en el mercado internacional debido a los altos precios de su producto, sobre todo en un mercado globalizado con tendencias abiertas a la importación. Esto es en gran parte por la política arancelaria, que ojala se pueda hacer algo porque esto afecta mucho, para que México pueda salir adelante. Quitar o disminuir los aranceles ayudaría, ya que ese dinero puede ser utilizado en innovación tecnológica y podamos hacer un correcto proceso en la transformación del cacao.

Realmente se necesita un gran cambio, podríamos mencionar apoyos por parte del gobierno pero existen y aun así no crece el sector del cacao, los cambios se tienen que realizar desde la raíz, para empezar seria modificar la cultura del pueblo ya que el paladar del mexicano no esta acostumbrado a sabores amargos, su paladar es mas de degustación a lo dulce.

Nos dimos cuenta que al consumidor no le interesa el contenido de cacao en el chocolate que consume ya que al realizar el cuestionario el publico contesto que le es nada importante, esto es una ventaja para el chocolate convencional ya que a las industrias dedicadas a producir este producto les es más barato realizar un chocolate con sustitutos al cacao, pero a pesar de esta situación el chocolate orgánico no pierde desventaja ya que el consumidor lo considera nutritivo así que el chocolate orgánico tiene mercado a pesar de tener un 16%, solo es cuestión de difundirlo más y así el consumo aumentaría ya que este por tener mayor demanda bajaría el precio de tal producto.



13.- Conclusión

Pero a pesar de todo esto es muy difícil que crezca en México la demanda y producción de chocolate orgánico debido que al productor le es caro realizar esta actividad y no es bien pagado.

En México alrededor de 200 mil personas dependen del cacao, de las cuales 46 mil personas sobreviven de esta actividad por lo que la crisis es muy alarmante y no solo para regiones de Tabasco y Chiapas sino que también es un problema público que enciende fotos rojas en la agenda del gobierno.

Concluimos que el cacao es parte de la cultura de la región es una gran fuente de empleo y las superficies están representadas como unos pulmones naturales y cuna de biodiversidad.

Debido al bajo rendimiento de cacaotales que a su vez se debe a la falta de tecnificación tanto del cultivo como del tratamiento de grano (secado y fermentación) desanima a los cultivadores y amenaza con cambiar la actividad por medio de una deforestación de superficies sembradas, destinándolas a otro tipo de cultivo, ganado o construcciones urbanas.

Por lo que se deberá actualizar y organizar a las instituciones con apoyo al cacaocultor donde una Unión Nacional de Productores de Cacao procure que los apoyos institucionales lleguen en forma y tiempo, así como buscar un apoyo real por parte del gobierno.

Con respecto a los problemas ambientales encontramos que la falta de insumos y apoyos para control de enfermedades ya que a consecuencia de esto el 70% de la producción nacional se ha visto afectada.

a) Recomendaciones:

Nuestra primera recomendación fue el hecho de que a través de una capacitación para mejorar el sistema de riego, fertilizantes, clones resistentes, para obtener un mejor rendimiento.



13.-Conclusión

Nuestra segunda recomendación fue que se impulsaran o activaran los programas de apoyo ya existentes que tiene el gobierno para que los productores tengan más y mejores oportunidades.

La tercera recomendación fue que la agricultura contara con contratos que les permitiera tener un mercado más negociable y a su vez seguro.

Se necesita un financiamiento por parte del gobierno para rescatar las fincas abandonadas e impulsar la entradas de nuevas tecnologías.

México puede y tiene todas las capacidades para poder llegar a convertirse en el país productor número uno en cacao pero para esto se necesita un trabajo en equipo y fomentar programas con apoyo directo al campo, no podemos permitir que un producto tan rico, tan tradicional, tan nuestro como lo es el cacao se desmorone cuando en nuestro país contamos con potencial para explotarlo al máximo, no es fácil pero juntos lo podemos lograr.



14.- REFERENCIAS:

(Prensa, 2010) México con menor consumo de chocolate [artículo en línea] consultado en febrero, 27, 2012 en sitio web: www.oem.com.mx

Adrià (2011) beneficios del chocolate negro [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: www.corazondechocolate.es

Aitor A. (2010) el chocolate de México [artículo en línea] consultado en mayo, 18, 2012 en sitio web: www.icex.es

Cadem (2007) potencia cacao [artículo en línea] consultado en marzo, 23, 2012 en sitio web: www.cadem.gob.mx

Catalina (2009) producción en México [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: catalina.udlap.mx

Catie (2009) mercado internacional [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: www.catie.ac.cr

Chocolate (2010) chocolate orgánico [artículo en línea] consultado en abril, 26, 2012 en sitio web: hacerchocolate.com

Consumidor (2002) NOM-186-SSA1-SCFI-2002 modificación [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: www.consumidor.gob.mx

Elizabeth (2010) cacao cadena de valor en costa rica consultado en abril, 6, 2012 en sitio web: orton.catie.ac.cr

Fernandez M. (2011) [artículo en línea] consultado en mayo, 20, 2012 en sitio web: oche813.blogspot.mx

Fronterizo (2012) producción de cacao en peligro de extinción en México [artículo en línea] consultado en marzo, 15, 2012 en sitio web: www.perfilfronterizo.net

Germán R. (2011) El cacao orgánico se abre mercado [artículo en línea] consultado en mayo, 20, 2012 en sitio web: estilos.prodigy.msn.com



14.- Referencias

Gonzalez L. (2005) Cacao en México. Competitividad y medio ambiente con alianzas [artículo en línea] consultado en marzo, 15,2012 en sitio web: pdf.usaid.gov

ICCO (2009) producción del cacao en el mundo [artículo en línea] consultado en mayo, 20, 2012 en sitio web: www.icco.org

Infoaserca (2008) análisis de cacao [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: www.infoaserca.gob.mx

Maier C. (2012) Flavonoides [artículo en línea] consultado en marzo, 16, 2012 en el sitio web www.botanical-online.com

MVS (2010) panorama para productores [artículo en línea] consultado en marzo, 15,2012 en sitio web: www.noticiasmvs.com

Notimex (2007) Dominan transnacionales 80% del chocolate mexicano [artículo en línea] consultado en mayo, 19, 2012 en sitio web: www.elporvenir.com.mx

Roberto M. (2011) Aumenta venta de chocolates mundo [artículo en línea] consultado en mayo, 20, 2012 en sitio web: eleconomista.com.mx

Rural(2009) cacao [artículo en línea] consultado en marzo, 30 ,2012 en sitio web: www.financierarural.gob.mx

Tabasco (2003) programa estrategico de necesidades de investigacion y transferencia de tecnologia para la cadena agroindustrial cacao en Mexico [artículo en línea] consultado en abril,

Zchocotal (2008) producción del cacao [artículo en línea] consultado en mayo, 20, 2012 en sitio web: www.zchocolat.com