

**Efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector
cacaotero en el mercado internacional**

Jorge Andrés Velásquez Guevara

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

**Efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector
cacaotero en el mercado internacional**

Jorge Andrés Velásquez Guevara

Directora

Estibaliz Aguilar Galeano

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

Agradecimientos

Primeramente, a Dios, por darme la fortaleza, sabiduría e inspiración para llevar a cabalidad este trabajo de investigación, y con su voluntad, culminar con éxito mi carrera profesional como Negociador Internacional.

A mis hijas, a mis padres, padrinos, y demás familia, por su amor, paciencia, sacrificio, por esas palabras de aliento en los momentos difíciles, donde el agotamiento aparecía doblegando mi cuerpo y mi voluntad.

Y por supuesto, a mi directora de proyecto de grado, la docente Estibaliz Aguilar Galeano, referente y ejemplo a seguir en el ámbito profesional, por su apoyo, dedicación y entrega en el seguimiento de este.

A mis amigos, compañeros de universidad, a todas las personas que me brindaron su ayuda y conocimiento para el desarrollo de este trabajo de grado.

Resumen

El propósito de esta investigación es establecer los impactos en la competitividad del sector cacaotero al estar certificado con el sello Rainforest Alliance, adicional se examinó el ámbito internacional donde el sello hace presencia y analizar sus ventajas y obstáculos. Para realizar este documento se tomó como soporte la recopilación documental, ya que la información se ha obtenido de fuentes secundarias como documentos, libros o investigaciones, donde se identificó la existencia del sello, en un pequeño sector cacaotero en Colombia, por un corto periodo, a pesar de cumplir con los requisitos y ser otorgada la certificación, no obtuvieron uno de los benéficos esperados, el de vender su producto a mercados extranjeros, el cual demandaba grandes cantidades de cacao certificado, y obtener premios en el precio del 5% al 15%. Pero la producción no cumplió las cantidades exigidas. Caso contrario del mercado mundial, donde el sello ha mostrado beneficios a los cultivadores certificados, como Costa de Marfil que actualmente es el mayor productor mundial de cacao certificado, según Rainforest Alliance en 2012, las fincas de cacao con el sello en este país, produjeron 40 % más cacao por hectárea que las fincas no certificadas, adicional los ingresos netos amentaron casi cuatro veces.

Palabras clave: Competitividad, Cacao, Ecoetiquetas, Rainforest Alliance, Gobierno, Producción.

Abstract

The purpose of this research is to establish the impacts on the competitiveness of the cocoa sector by being certified with the Rainforest Alliance seal, the international scope where the seal is present and analyzing its advantages and obstacles was examined. To carry out this document, the documentary collection was taken as a support, since the information was obtained from secondary sources such as documents, books or research, where the existence of the seal was identified, in a small cocoa sector in Colombia, for a short period, despite complying with the requirements and being granted the certification, they did not obtain one of the expected benefits, that of selling their product to foreign markets, which demanded large quantities of certified cocoa, and obtaining prizes in the price of 5% to 15%. %. But the production did not meet the required amounts. If this is the case in the world market, where the seal has shown benefits to certified growers, such as Côte d'Ivoire, which is currently the world's largest producer of certified cocoa, according to the Rainforest Alliance in 2012, cocoa farms with the seal in this country produced 40 % more cocoa per hectare than non-certified farms, additional net income increased almost four times.

Keywords: Competitiveness, Cocoa, Ecolabels, Rainforest Alliance, Government, Production.

Tabla de contenidos

1.	Introducción.....	10
2.	Planteamiento del problema	11
2.1	Descripción del problema	11
2.2	Formulación del problema	13
2.3	Objetivos.....	13
2.3.1	Objetivo general.	13
2.3.2	Objetivos específicos.....	13
2.4	Justificación	14
3.	Marcos de referencia	16
3.1	Estado del Arte.....	16
3.2	Marco histórico	18
3.3	Marco teórico.....	20
3.4	Marco conceptual.....	22
3.5	Marco legal	24
3.6	Metodología de la investigación	25
4.	Capitulo I. Analizar el comportamiento en la competitividad del sector cacaoero por la adopción del sello Rainforest Alliance en el mercado interno colombiano.	27
4.1	Requisitos para obtener la certificación del sello Rainforest Alliance:	27
4.1.1	Requerimientos.....	27
4.1.2.	Responsabilidades y costos.	28
4.1.3	Áreas de interés de la Norma 10 Principios.	29
4.2	Producción nacional.....	30
4.2.1	Producción nacional por departamentos año 2017.....	31
4.2.2	Producción nacional cacao certificado con Rainforest Alliance.	32
4.3	Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector cacaoero:	34
4.4	Mercado interno	36
4.4.1	Demanda de cacao en Colombia.	36
4.4.2	Importaciones de cacao en colombia.....	37

5.	Capítulo II. Comportamiento del sector cacaotero por la adopción del sello Rainforest Alliance en el mercado internacional.....	38
5.1	Capacidad exportable de Colombia	38
5.1.1	Exportaciones de cacao en grano en el mundo, principales países.	39
5.2	Producción internacional de cacao.....	39
5.3	Mercado internacional	40
5.3.1	Importaciones de cacao en grano en el mundo, principales países.	40
5.3.2	Producción Cacao certificado en el mundo con Rainforest Alliance.	41
5.3.3	Volumen producido y vendido de cacao certificado por esquema de certificación en el mundo 2012 en miles de toneladas.	42
5.3.4	Consumo mundial de cacao.....	43
5.4	Papel de los gobiernos en la competitividad internacional del sector	44
6.	Capítulo III. Observar las ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance. 48	
6.1	Ventajas al obtener la certificación del sello Rainforest Alliance	48
6.1.1	Obstáculos al obtener la certificación del sello Rainforest Alliance.	49
6.2	Ventajas del sello Rainforest Alliance en la Producción nacional de cacao.....	49
6.2.1	Obstáculos del sello Rainforest Alliance en la Producción nacional de cacao.	49
6.3	Ventajas y obstáculos del sello Rainforest Alliance en la producción internacional de cacao	50
6.4	Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector, ventajas y obstáculos al adoptar el sello Rainforest Alliance.....	50
6.4.1	Papel del gobierno en la competitividad internacional del sector y ventajas al adoptar el sello Rainforest Alliance.	51
6.5	Ventajas y limitantes al adoptar el sello Rainforest Alliance en el Mercado interno e internacional.....	51
7.	Conclusiones.....	53
8.	Recomendaciones	55
9.	Referencias	56

Lista de figuras

Figura 1. Producción nacional de cacao 2008-2017 (Federación Nacional de Cacaoteros , 2019).....	31
Figura 2. Área certificada por Rainforet Alliance 2018. (NaturaCert, 2018).....	34
Figura 3. Importaciones de cacao en grano Colombia 2018. (Federación Nacional de Cacaoteros , 2019).....	37
Figura 4. Exportaciones de cacao Colombia 2007-2018. (Federación Nacional de Cacaoteros , 2019).....	38
Figura 5. Consumo de cacao a nivel mundial/continentes. (Federación Nacional de Cacaoteros, 2016).....	43

Lista de tablas

Tabla 1. Categorías de análisis	26
Tabla 2. Regalías por cultivo	28
Tabla 3. Costos de la certificación Rainforest Alliance	29
Tabla 4. Producción nacional por departamentos año 2017	32
Tabla 5. Apoyos 2014-2016 al sector agrícola colombiano	35
Tabla 6. Apoyos 2014-2016 al sector cacaotero colombiano	35
Tabla 7. Consumo nacional de cacao	36
Tabla 8. Exportaciones de cacao en grano 2018 países	39
Tabla 9. Producción internacional de granos de cacao	40
Tabla 10. Importaciones de cacao en grano 2018/países	41
Tabla 11. Cacao certificado por esquemas vendido en el 2012/ Tons.	42
Tabla 12. Proyección crecimiento de certificación 2009-2020.	43
Tabla 13. Top diez mayores procesadoras 2016/ volumen del 80 % del cacao mundial.	44
Tabla 14. top siete procesadoras de chocolate en el mundo 2016.	44

1. Introducción

¿El cacao colombiano es competitivo en el mercado internacional? Es precisamente lo que se analizará a lo largo de esta investigación. Es evidente la preocupación por el cuidado del medio ambiente y que esto conlleve a que los procesos productivos que se desarrollen vayan enfocados en su conservación, tal es el caso de la agricultura, que va muy de la mano utilizando recursos naturales cada vez más escasos y de fácil degradación. Es por eso, que, para mitigar los efectos dañinos de esta práctica en el ambiente, se han venido implementando mecanismos auspiciados por organizaciones y entidades gubernamentales, tales como las ecoetiquetas ambientales o sellos verdes, las cuales solo podrán portar los productos que cumplan con los requerimientos exigidos, que, para su cadena de producción, primó el cuidado del medio ambiente en todos sus procesos, y de, como resultado la oferta de un producto saludable a los consumidores. Uno de ellos es el sello Rainforest Alliance con reconocimiento a nivel mundial por compradores de alimentos orgánicos. Es así, el propósito de este documento, el analizar los efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector cacaotero colombiano en el mercado internacional. Los cuales actualmente son pequeños productores, congregados en asociaciones o cooperativas, donde uniendo fuerzas quieren llevar con éxito su proyecto agrario, ubicados a lo largo y ancho del país pero especialmente en departamento de Santander, siendo actualmente el mayor productor de cacao del país, adicional se examina el comportamiento del sector cacaotero en el mercado interno colombiano por la adopción del sello, así mismo la actuación del sello en el mercado internacional, y finalmente observar las ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance. Esta investigación está enfocada en el modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica) también llamado diamante de Michael Porter. será de tipo cualitativo, ya que reconoce a los planteamientos sobre las preguntas de investigación e hipótesis, y descriptiva puesto que se busca determinar los factores de incidencia que ha tenido el sello. La metodología utilizada para realizar este documento es la recopilación documental de fuentes secundarias al autor como documentos, libros o investigaciones. En conclusión, el sello Rainforest Alliance no ha tenido efectos favorables en la competitividad del actor cacaotero en Colombia, al ya que los resultados esperados no se cumplieron, caso opuesto para los productores de cacao en el extranjero como es el caso de costa de marfil y otros países del continente africano donde los efectos beneficiosos son evidentes.

2. Planteamiento del problema

2.1 Descripción del problema

Como es de esperarse desde hace varios años la problemática ambiental ha despertado el interés de desde la comunidad científica, pasando por gobiernos y organizaciones no gubernamentales internacionales, hasta las personas del común. En 1988 nació el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC), “el cual es la Agencia especializada de la Organización de las Naciones Unidas creada juntamente con la Organización Meteorológica Mundial (OMM) para profundizar en el conocimiento sobre el fenómeno del calentamiento global” (IPCC, recuperado 2018, pág. 1).

Dentro de la búsqueda por resolver la gran amenaza global en cuanto a la problemática ambiental, entre de los objetivos iniciales se pactó que era necesario instaurar un método por el cual se iban a desarrollar los procesos llevados a cabo para realizar las actividades económicas. Así como lo nombra International Organization for Standardization (ISO). Las organizaciones de todo el mundo, así como sus accionistas, se están haciendo cada vez más conscientes de la necesidad de una gestión ambiental, un comportamiento socialmente responsable y un crecimiento y desarrollo sostenibles. (ISO, 2019)

De esta manera, los sellos o las etiquetas ambientales tomaron fuerza, siendo desarrollados en gran medida por organismos público o gubernamentales y privados. Con ello, se implantarían procesos unificados que ayudarían a los desarrollos de las actividades económicas de las empresas a nivel mundial. Con esto, y para satisfacer las necesidades de todas las partes interesadas como las industrias, las empresas, autoridades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, al igual que los consumidores, en el campo del medio ambiente, para lo anterior ISO tiene un enfoque multifacético. (ISO, 2019)

Por otro lado, y según la Organización Mundial Del Comercio (OMC). Mediante la declaración de Doha del año 2001. Dice: ¿Cómo utilizar el etiquetado para informar a los consumidores sobre la protección del medio ambiente sin poner en peligro la participación de esos agentes más débiles? Además, que los programas de etiquetado ambiental son complejos y causan preocupación respecto a la capacidad de exportación de los países en desarrollo y las pequeñas empresas. (Organización Mundial de Comercio, 2019)

Cabe resaltar acerca del etiquetado basado en el análisis del ciclo vital, que tiene en cuenta los efectos ambientales del producto desde las primeras fases de su producción hasta su eliminación

definitiva. Donde se han planteado preocupaciones con respecto a la complejidad y la diversidad crecientes de los programas de etiquetado ambiental. Estas prescripciones pueden crear dificultades a los países en desarrollo, y en particular a las pequeñas y medianas empresas, en mercados de exportación. (Organización Mundial de Comercio, 2019)

En general, los Miembros de la OMC han coincidido en que los programas de etiquetado pueden ser económicamente eficaces y de gran utilidad para informar a los consumidores y limitan el comercio en menor medida que otros métodos. Sucede así cuando los programas tienen carácter voluntario, permiten que todas las partes interesadas participen en su creación, se basan en el mercado y son transparentes. Pero estos mismos programas pueden utilizarse de forma incorrecta para proteger a la producción nacional, por lo tanto no deben hacerse distinciones entre países ni crearse barreras al comercio internacional (Organización Mundial de Comercio, 2019)

En el año 2003 se realizó el comité OTC (Obstáculos Técnicos Al Comercio) para facilitar a los miembros una mejor comprensión de la preparación, aplicación y adopción de las prescripciones en materia de etiquetado ecológico (relacionadas a productos agrícolas, alimentos, bebidas, tabaco y eficiencia energética.). Allí se plantearon una serie de asuntos horizontales. Referentes al acceso en los mercados, los participantes resaltaron que los sistemas de etiquetado deben tener las menores restricciones posibles para el comercio y que el cumplimiento de las obligaciones sean en virtud del Acuerdo OTC. (Organización Mundial de Comercio, 2019)

En mayo de 2007 con un debate, Estados Unidos hizo una exposición acerca de su programa de eficiencia energética “Energy Star”, etiquetado voluntario en función de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y de facilitar a los consumidores la tarea de identificar y comprar productos de mayor eficiencia energética. Programa de gran acogida y éxito, donde la demanda en el mercado aumentó, ya que los compradores podrían reducir las facturas de energía, y aumentado en gran medida sus exportaciones en aparatos electrónicos de alto rendimiento. (Organización Mundial de Comercio, 2019)

Esta también ha sido la tendencia de muchas empresas colombianas en los últimos años, que más allá de buscar beneficios económicos por el ejercicio responsable de su actividad, aportan a la sostenibilidad y la justicia social.

En asuntos de mercado y crecimiento corporativo, una simple etiqueta puede marcar la diferencia, y más si se trata de sellos verdes, que se les otorgan a empresas que no solo trabajan con respeto por el medio ambiente, sino que, además, sus procesos productivos también se desarrollan con responsabilidad social y económica. Entre los sellos más reconocidos y a los cuales han accedido muchas empresas colombianas están el Rainforest Alliance, el FSC, el Global Gap y el Fairtrade. (Zapata, 2018)

Un producto que tenga sello verde eleva su categoría en el mercado, pero adicional le suma estatus a la compañía. Esto lo premian y reconocen los consumidores, porque los sellos muestran que una empresa trabaja con responsabilidad social y empresarial y ejerce buenas prácticas ambientales (Zapata, 2018)

Referente a lo anteriormente planteado y basándonos en los resultados y beneficios obtenidos por productores certificados en el ámbito internacional, es claro resaltar las oportunidades que tiene el mercado colombiano y sus organizaciones a través de factores diferenciadores de sus productos, donde a través de la certificación con sellos verdes, puedan llegar a explorar nuevos mercados y estar preparados a las exigencias de calidad internacionales

2.2 Formulación del problema

¿Qué efectos ha tenido la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional?

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo general.

Analizar los efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector cacaotero colombiano en el mercado internacional

2.3.2 Objetivos específicos.

- Examinar el comportamiento del sector cacaotero en el mercado interno colombiano por la adopción del sello Rainforest Alliance.
- Inspeccionar el comportamiento del sector cacaotero en el mercado internacional por la adopción del sello Rainforest Alliance.

- Observar las ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance.

2.4 Justificación

Tomando como base la necesidad actual de que las empresas emigren hacia unas prácticas más sostenibles y amigables con el ambiente, la investigación propone llegar a poner en consideración la actualidad del Sello Rainforest Alliance comparativamente, a sellos de otras latitudes. De esta manera, al identificar tanto las características como las fortalezas y debilidades del sello, se podrá afirmar cual ha sido el factor clave que ha influido en la adopción del sello Rainforest Alliance en el sector cacaotero en Colombia.

A nivel mundial, las ecoetiquetas o sellos verdes han tomado una fuerza significativa en el mercado, llegando a ser un factor que complementa la decisión final del comprador o consumidor, es decir, ayudando e influyendo en determinación de la persona para adquirir el bien.

Por esto, para el mejoramiento de los sellos, es válido recordar características como las metas del desarrollo sostenible, los retos rurales para el desarrollo sostenible (equivalente colombiano a las metas del desarrollo sostenible SDG), entre otros; para estipular cómo se debería mejorar el canal de distribución del sello o el aumento de las categorías actuales del mismo sello.

Por ello la siguiente investigación es importante para el sector cacaotero en Colombia ya que con ella se busca indagar cómo ha incidido positiva o negativamente en este sector la adopción del sello Rainforest Alliance en las actividades propias de su actividad.

En el ámbito comercial, será de vital importancia indagar acerca los nuevos negocios que se han llegado a concretar después del sello, que beneficios obtuvieron con instituciones y entidades financieras que fomentan los negocios verdes, como se ha reflejado en estas áreas del sector cacaotero en Colombia, y que beneficios se han observado en el medio ambiente, después de todos los requerimientos exigidos por las entidades para obtención del sello Rainforest Alliance.

Es preciso obtener información de cómo los cacaoteros en Colombia al momento de obtener la certificación con el sello Rainforest Alliance, logran incursionar en el mercado extranjero y que beneficios reales se han desencadenado después de la obtención del sello, al hacer parte de la globalización y los negocios internacionales en los que está inmerso el mercado actualmente.

Será de gran importancia y de gran ayuda para los agricultores que están en proceso de certificación o han pensado en la posibilidad de certificar sus fincas y cultivos, donde por medio de esta se forje el camino para llegar al mercado internacional y convertirse en futuros exportadores de sus productos. Con los resultados obtenidos en esta investigación será un referente importante con el cual comprobar los verdaderos y más relevantes beneficios de la certificación con el sello Rainforest Alliance en Colombia.

3. Marcos de referencia

3.1 Estado del arte

El tema de los sellos verdes se ha convertido de vital importancia a través de varias disciplinas, incluyendo las investigativas. En este caso, hay varios investigadores que concuerdan que las etiquetas ecológicas o ecoetiquetas son de gran importancia, en ello los autores Maneiro Jurjo, José Manuel y Burguillo Cuesta, Mercedes concluyeron en su trabajo “El ecoetiquetado ¿Un instrumento eficiente de política ambiental?” que la ecoetiqueta parece un buen instrumento para resolver los fallos de la información que nacen en el mercado cuando se hace referencia a la calidad ambiental de los bienes que se comercializan. (Maneiro & Burguillo, 2007, pág. 48)

A través de los años el eco etiquetado ha tenido variaciones que lo han hecho no solo llegar a ser más diversificados y específicos sino abarcando las necesidades y procesos nacies, originados por los avances tecnológicos. Según los autores Ph. D Díaz Porras, Rafael A. y MSc. Avendaño Escudero, Martha; En el texto “Evolución de las certificaciones ambientales: Perspectivas para el mejoramiento competitivo de los pequeños productores agrícola en Costa Rica” indicaron como conclusión que en la creación de los sistemas de etiquetado ambiental, han venido evolucionado de tal forma que los agentes líderes en las cadenas de comercialización han convertido estos en un punto diferenciador de los productos ante los consumidores, ya que lo han traducido en requerimientos al momento de hacer sus compras y así mismo en la elección de sus proveedores. (Avendaño & Díaz, 2014)

Según, el autor Andrés Luna Ortiz, en la investigación “Eco-etiquetado, estrategia para la mejora de la competitividad de la cadena productiva del cuero, calzado y marroquinería”, observa que, en la globalización y competitividad, Las eco-etiquetas tienen un impacto significativo en la competitividad de los productos debido a que en muchas situaciones la presencia del sello en sí mismo se convierte en una barrera de entrada a mercados específicos. En estos casos, contemplar atributos ambientales del producto o del proceso dentro de la operación de las firmas, deja de ser una ventaja competitiva o aspecto de diferenciación, para volverse un estándar industrial. Adicionalmente, la etiqueta deja de ser una iniciativa voluntaria y se vuelve un requisito obligatorio para acceder a los mercados o para tener aceptación de los consumidores. (Luna, 2013, pág. 17).

Por otro lado en Colombia se ha convertido en un tema de bastante interés por los agricultores en especial por los cacaoteros al querer certificarse con sellos ambientales, donde según la autora Luisa Rodríguez Vega en su investigación “Medición del impacto generado por uso de la ecoetiqueta Rainforest Alliance de la cadena de valor del cacao, en la calidad de vida de los cultivadores de San Vicente de Chucuri” Concluye, que efectivamente la calidad de vida de las familias que se acogieron a la Ecoetiqueta Rainforest Alliance desde junio de 2009 ha mejorado de manera substancial. Donde se puede evidenciar en aspectos como: mejores viviendas con buenas estructuras físicas y dotadas con elementos personales en su interior, acceso constante a Servicios Públicos de calidad, espacio cómodo para todos los miembros del hogar. según datos arrojados por la encuesta, muestra que los grandes cambios son muy favorables para la población en el tema de escolaridad y aspecto económico. (Vega, 2011).

Por la misma senda, las autoras Jessica Alvarado Estévez y Luisa Naranjo Hernández en la investigación “La equivalencia que tienen los sellos verdes colombianos en el sector alimentos respecto a los requerimientos de la unión europea” concuerdan, que respecto a los sellos verdes requeridos por la Unión Europea en el sector de alimentos se evidencio la importancia que le da este mercado al cuidado medioambiental y a la protección de los consumidores, siendo este último la razón por la cual nace la estrategia de seguridad alimentaria velando por que por los productos comercializados sean aptos para el consumo humano. (Estévez & Naranjo, 2018)

Por otro lado, es muy importante que las instituciones tomen interés por promover los negocios verdes, y apoyen a aquellas instituciones que quieren salir a explorar nuevos mercados pero que sus prácticas ambientales no son las mejores. Es así que los autores Andrés Acevedo Rincón , Nicolás Porras Luna y Johan Salgado Monguí Según la investigación “Importancia de la intervención de las instituciones en los negocios verdes.” llegaron a la conclusión que de acuerdo al PNNV(Plan Nacional de Negocios Verdes) promovido por el Ministerio de Ambiente se desarrollan las instituciones que presentan mayor relevancia como lo son Colciencias, Bancoldex, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Proexport, Fontur, Finagro, Endeavor, Ministerio de agricultura, Convocatoria Bioempresa iNNpulsa, Centro nacional de producción más limpia y tecnologías ambientales, y según el enfoque de las instituciones con sus actividades y proyectos se puede determinar que estas establecen incentivos o beneficios que promueven a la creación y al posicionamiento de los negocios verdes.

Siempre y cuando las organizaciones, empresarios o emprendedores muestren interés y decisión en participar, e indispensablemente que cumplan los lineamientos estipulados por cada programa o convocatoria. (Rincon, Mongui, & Luna, 2017)

3.2 Marco histórico

Factores ambientales y/o ecológicos han venido influyendo en la economía desde hace varios decenios, por esta razón se empezó a hacer evidente la necesidad de corregir de alguna manera dicha problemática. A todo ello, en los años de 1970 dentro de las reuniones que se llevaban a cabo en la Conferencia de las Naciones Unidas (ONU) se le empezó a dar un tipo de importancia urgente, con tal de combatir las problemáticas que el mundo empezaba a vivir. En ese sentido, en la cita convocada en Río de Janeiro en el año 1992 se acordaron unos objetivos que todos como naciones participantes activas de la ONU iban a tener en cuenta para sus desarrollos económicos, sociales y políticos.

Con esto, aunque los objetivos fueron rediseñados o ajustados a las problemáticas que surgieron a los 20 años de cumplirse la cita de RIO 1992, en el año 2012 se plantearon unos nuevos objetivos trazando prácticas responsables con el ambiente como de desarrollo inclusivo en la sociedad y estabilidad económica en un documento el cual se llamó Rio+20.

Con base en lo anterior, la Organización Internacional de Estandarización, por sus siglas en inglés International Organization for Standardization (ISO), indicó que, para tener éxito, el proceso requiere consenso, colaboración e innovación. ISO tiene publicado más de 22.000 estándares internacionales, normas y documentos relacionados que representan reglas reconocidas a nivel mundial y marcos basados en cooperación internacional (ISO, 2018).

En este caso una de las directrices adoptadas por los gobiernos en relación al desarrollo de dichos objetivos, ISO desarrolló unos estándares ambientales para los productos. Los cuales fueron desarrollados en el año 1993 por el comité técnico de ISO (ISO/TC 207) llamándolo así la familia 14000, el portafolio actual del comité consiste en 21 normas internacionales publicadas y otros tipos de documentos normativos, con otros nueve documentos nuevos o revisados en preparación según la documentación actual de ISO.

Estos estándares fueron diseñados ya que, las etiquetas ecológicas están dirigidas a educar y crear un alto grado de conciencia en el consumidor frente a los impactos ambientales del producto

que está consumiendo, y así provocar protección ambiental, alentándolos a comprar productos con un menor daño al medio ambiente (ISO, 2018).

Además de los tipos de estándares que ISO desarrolló para el tema, se establecieron unos principios que se mantienen vigentes para la implementación de éstas etiquetas, es decir, “los programas de etiquetado ambiental deben ser voluntarios; Se requiere el cumplimiento de la legislación ambiental y de otro tipo y; se debe tener en cuenta todo el ciclo de vida del producto al establecer los criterios ambientales del producto, por ejemplo, extracción de recursos, fabricación, distribución, uso y eliminación relacionados con los indicadores ambientales relevantes de medios cruzados. Cualquier desviación de este enfoque integral o el uso selectivo de problemas ambientales restringidos debe justificarse” (ISO, 2018, pág. 16).

En 2001, la Organización Mundial Del Comercio (OMC). Organizó la Conferencia Ministerial de Doha donde hizo de esta cuestión una prioridad especial a los programas de etiquetado ambiental los cuales son complejos y causan preocupación respecto a la capacidad de exportación de los países en desarrollo y las pequeñas empresas. Y se habla de Cómo utilizar el etiquetado para informar a los consumidores sobre la protección del medio ambiente sin poner en peligro la participación de esos agentes más débiles. (Organización Mundial de Comercio, 2019)

En la Declaración de Doha de 2001 (párrafo 32 iii) se encomendó al Comité de Comercio y Medio Ambiente que prestase particular atención al etiquetado para fines medioambientales, y algunos Miembros creen que los resultados de las deliberaciones del CCMA podrían utilizarse como contribución a los debates en los demás órganos interesados de la OMC, en particular el Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC). (Organización Mundial de Comercio, 2019)

Por otra parte, del 21 al 22 de octubre de 2003, el Comité OTC realizó un Evento de aprendizaje sobre etiquetado. El evento fue una oportunidad para que los Miembros compartieran experiencias e ideas relacionadas con el etiquetado. Se hicieron diez presentaciones, seis de las cuales fueron realizadas por países en desarrollo Miembros. Las presentaciones se centraron en el estudio de casos y se discutieron quince iniciativas de etiquetado (relacionadas con productos agrícolas, eficiencia energética, alimentos, bebidas y tabaco) (Organización Mundial de Comercio, 2019).

3.3 Marco teórico

Con el auge de las tecnologías y de la globalización las compañías se han visto en la necesidad de ser más competitivas si quieren crecer en el mercado interno y quieren expandiesen internacionalmente, es de vital importancia para las empresas tener como prioridad el factor ambiental y que el cuidado de este sea incluido en sus procesos de producción haciendo que sus productos tengan un elemento diferenciador para el consumidor final.

Por consiguiente, son varias las teorías que se han planteado, pero en especial las referentes a competitividad, es por eso que para la elaboración de este trabajo de investigación se tomara el “modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica)” elaborada por el economista y docente de la universidad de Harvard Michael Porter. (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2006, pág. 9)

Con la globalización, las empresas se han visto obligadas a ser cada vez más competitivas si sus intenciones son mantenerse en el mercado tanto interno como externo con énfasis en la responsabilidad social empresarial ya que a través de esta se promueve la producción responsable en cadenas de producción, garantizando como un adecuado uso de materias primas, garantía de idoneidad de los productos elaborados.

Es por esto, que con el tiempo se han desarrollado diferentes conceptos acerca de la competitividad. Para proceso de este trabajo de investigación se hablará del modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica) también llamado diamante de Michael Porter basada desde la selección de la estrategia genérica que más se acerque a su fin último desarrollada por el economista Michael Porter. (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2006, pág. 9)

Es así la definición de Porter, indica que la capacidad de competir en los mercados mundiales depende no sólo de los costos, sino de su eficiencia en relación con el costo. Por ello, los factores productivos se dividen en básicos y avanzados. Los básicos son los que están de forma natural y en mayor o menor nivel en todos los países, como los recursos naturales, el capital y la mano de obra no especializada y los avanzados los que no se encuentran de manera natural como la mano de obra especializada, el sistema educativo, los sistemas de comunicación e infraestructura científica, adicional se clasifican en generales y especializados. Los generales son útiles para todas las empresas de todos los sectores, por ejemplo, el sistema educativo, mientras que los especializados son útiles sólo para ciertos sectores, por ejemplo, un centro de investigación. Es

así, que sólo los factores avanzados y especializados ayudan a la creación de la ventaja competitiva de un país, ya que son los más difíciles de copiar e imitar por otras naciones. Indica además en su teoría, que los elementos que deben ser considerados para el desarrollo de la competitividad son:

1). Las condiciones de la demanda doméstica: Se refiere a tres atributos genéricos de la demanda interior que son propios: -la composición de la demanda interior -la magnitud y pautas del crecimiento de la demanda interior y -La Internacionalización de la demanda interior este último que es un mecanismo mediante el cual se transmite a los mercados extranjeros las preferencias domésticas de una nación, El significado de los dos últimos depende del primero. La calidad de la demanda interior es más importante que la cantidad de demanda interior a la hora de determinar la ventaja competitiva.

2). Las industrias relacionadas y el grado de rivalidad del sector: Este aspecto hace referencia a los agentes más importantes representativos en un sector en específico y los que se consideran competidores directos, aunque según Porter es bueno que en el mercado existan una o dos empresas que pasen a ser las líderes nacionales con escala y fortaleza suficientes para competir contra rivales extranjeros y adicional fomentar la cooperación inter-empresas. La rivalidad doméstica, como cualquier rivalidad es beneficiosa, ya que crea presiones sobre las empresas para que mejoren e innoven. La vigorosa competencia local no sólo aumenta las ventajas en el propio país, sino que presiona a las empresas domésticas para que vendan en el extranjero con objeto de crecer.

3). El papel del gobierno en la competitividad internacional de la empresa: Aquí hace referencia a que el papel del Gobierno en la ventaja competitiva nacional es el de influir y moldear las circunstancias de los sectores ligados y de apoyo de otra e incontables maneras. La política gubernamental influye también en la estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, por medio de mecanismos tales como la regulación de los mercados de capitales, política fiscal y la legislación en contra de los monopolios. (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2006, pág. 9)

Como estrategia competitiva con la implementación de las ecoetiquetas busca ofrecer un mecanismo diferenciador en el sector cacaoero tanto en el mercado nacional como internacional y responder a su vez con las necesidades de conservación y protección ambiental, generando un impacto en el consumidor final, siendo este uno de los más beneficiados con los sellos verdes.

3.4 Marco conceptual

El eco etiquetado es una herramienta ecológica de gestión ambiental que va en pro del cuidado del medio ambiente, la introducción de tecnologías al sector corporativo haciendo que este sea más competitivo y ecológicamente más amigable al contaminar en menor proporción, informa al consumidor que el producto cumple con ciertas exigencias ambientales al momento de su fabricación y producción, y su vez, los impactos negativos para el entorno ambiental se reducen. Está representado por un sello que se encuentra presente en la etiqueta o publicidad del producto; por consiguiente, este sello busca generar un cambio en la conciencia del comprador.

Van Hoof, Monroy, & Saer, (2008) determinaron en su libro “Producción más Limpia: paradigma de gestión ambiental” que “ la etiqueta ambiental suele certificar el cumplimiento de normas ambientales establecidas por organismos públicos o privados en categorías predeterminadas de productos con el objeto de mejorar las ventas o la imagen de un producto, acrecentar la conciencia de los consumidores, suministrar información exacta sobre el desempeño ambiental del producto y estimular a los productores para que tomen en cuenta el impacto ambiental en sus productos”. (Hoof, Monroy, & Saer, 2008, pág. 85)

Según la Asociación Española de Normalización, (2007) (AENOR) existen diferentes tipos de etiquetas que se mostraran a continuación:

Tipo 1. Etiquetas Ambientales: contienen los principios y los procedimientos para el desarrollo de programas de etiquetado ecológico Tipo I, incluyendo la selección de las categorías de producto, los criterios del producto y las características funcionales del producto; y para la evaluación y la demostración de la conformidad. (pág. 270)

Tipo 2. Auto declaraciones Ambientales: especifica los requisitos relativos a las auto declaraciones medioambientales, incluidas las afirmaciones, símbolos y gráficos relativos a los productos. Describen, así mismo, una selección de términos usados corrientemente en las declaraciones medioambientales y se establecen las condiciones para su utilización. (pág.242)

Tipo 3. Declaraciones Ambientales del Producto: establecen los principios y especifica los procedimientos para desarrollar programas de declaraciones y declaraciones ambientales tipo III. Establecen específicamente la utilización de la serie de Normas ISO14040 en el desarrollo de programas de declaraciones ambientales y de declaraciones ambientales tipo III. Constituyen los

principios para la utilización de la información ambiental, además de los que se proporcionan en la Norma ISO 1

Por esta misma senda, nace en 1987 Rainforest Alliance que es una organización internacional sin fines de lucro que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles transformando las prácticas de uso de suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento de los consumidores. Las oficinas centrales de Rainforest Alliance están ubicadas en la ciudad de Nueva York, pero hay varias sucursales en Estados Unidos y el resto del mundo, donde trabajan con personas cuyo sustento depende de la tierra, ayudándolos a innovar la forma en que cultivan los alimentos, aprovechan los bosques y hospedan a los viajeros.

(Rainforest Alliance, 2019)

Mediante la Norma Rainforest Alliance para Agricultura Sostenible se utiliza para certificar a los grupos de productores y las fincas involucradas en la producción de cultivos y ganado. La Red de Agricultura Sostenible (RAS), el socio de larga trayectoria de Rainforest Alliance, dueño de la Norma RAS 2017, ha otorgado a Rainforest Alliance una licencia perpetua y exclusiva de la Norma RAS 2017. Esta norma es un conjunto riguroso de criterios ambientales, sociales y económicos que promueven la sostenibilidad en las fincas alrededor del mundo. (Rainforest Alliance, 2019)

La certificación se hace por medio de los organismos de certificación autorizados por Rainforest Alliance, los cuales auditan fincas y grupos de productores, donde aquellas fincas que cumplen con los requisitos de certificación se ganan el derecho de promover su logro y comercializar sus productos usando el sello Rainforest Alliance Certified™. El sello de la rana verde se encuentra en alimentos y bebidas en supermercados, restaurantes, hoteles y otros negocios en todo el mundo. (Rainforest Alliance, 2019)

La trazabilidad y el sistema integral de gestión de fincas ayuda a garantizar que los productos o componentes de los mismos que llevan el sello de la rana verde se remontan a las fincas bien administradas y productoras que velen por la protección de los trabajadores, la vida silvestre y las comunidades. Todas las empresas que compran, comercializan o mezclan productos de fincas certificadas por Rainforest Alliance deben obtener la certificación de Cadena de Custodia si desean etiquetar sus productos con el sello de la rana verde.

El sello Rainforest Alliance representa:

- Gestión de finca más eficiente.
- Menos erosión del suelo.
- Menos contaminación del agua.
- Menos residuos producidos.
- Mejora de la rentabilidad y la competitividad.
- El hábitat de la vida silvestre está protegido.
- Amenazas reducidas para el medio ambiente y la salud humana.
- Menos agua consumida.
- Mejores condiciones para los trabajadores agrícolas.
- Más colaboración entre los productores y los conservacionistas.

Los organismos de certificación autorizados por Rainforest Alliance para Colombia son: CERES (Certification of Environmental Standards GmbH), NaturaCert, (Rainforest Alliance, 2019)

A si mismo Rainforest Alliance trabaja con agricultores liderando el movimiento global para establecer la seguridad alimentaria como parte de la agricultura sostenible. Capacitando a los agricultores en los paisajes más vulnerables del mundo para que al cultivar maximicen su productividad mientras conservan los bosques, protegen los ríos y arroyos, y a su vez la salud de los suelos. (Rainforest Alliance, 2019)

3.5 Marco legal

Consejo Nacional Cacaotero, Resolución Ministerio de Agricultura 0329 de 17 de noviembre de 2009 “Acuerdo de competitividad de la cadena del cacao y su agroindustria 2009-2022”

Al adoptar este modelo de crecimiento y esta proyección para la formulación de las metas del nuevo Acuerdo de Competitividad, éste plantearía, en cifras redondas, alcanzar en el año 2022 la modernización de 170.000 hectáreas y una producción de 200.000 toneladas. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2009)

Al analizar este acuerdo se evidencia que no ha logrado cumplir con las proyecciones estipuladas, ya que para el 2017 se esperaba una producción de 150.000 toneladas y como lo

muestra más adelante la figura de producción nacional para el año 2017 la producción fue de 60.535 toneladas y para 2018 de 54.991.

Las ecoetiquetas nacieron a principios de los años 90, cuando los países que integraban la Unión Europea fijaron los estándares mínimos para que un producto pudiese llevar el rótulo de ecológico. En ese momento apenas se abrían camino las perspectivas del consumo responsable y de la sostenibilidad medioambiental. Hoy por hoy es casi habitual hablar de ecoetiquetas. La idea es que las prácticas que se reconocen como ecológicas poco a poco ganen terreno y se afiancen como una opción de mercado viable para garantizar un mejor uso de los recursos y del medioambiente. (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados , 2017)

No hay una ley o entidad gubernamental que obligue o regule a los productores a adquirir la certificación de ecoetiquetas ambientales, estas son de carácter voluntario como lo menciona el autor: Marcel Rodríguez. En su artículo “Las ISO 14021:2016. Ecoetiquetas y declaraciones ambientales” Esta norma de carácter voluntario, además orienta en la utilización de algunas terminologías ambientales comúnmente utilizadas y describe una metodología general de evaluación y verificación para las auto declaraciones ambientales. (Rodriguez, 2016)

3.6 Metodología de la investigación

El enfoque de la investigación responde a las categorizaciones propuestas por Hernández, Fernández y Baptista (2004) debido a que permite evidenciar los alcances del estudio y el diseño de la investigación. En primer lugar, será de tipo cualitativo, ya que reconoce a los planteamientos sobre las preguntas de investigación e hipótesis, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004)

Con ello se plantea como una investigación descriptiva, puesto que se busca determinar los factores de incidencia que ha tenido el sello Rainforest Alliance por parte de los empresarios y consumidores del sector cacaotero en el país, adicional, pretende evidenciar las particularidades del sello y su eficacia en el mercado de Colombia e internacional. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2004)

El tipo de recolección utilizado para este proyecto de investigación es la recopilación documental, ya que la información se ha obtenido de fuentes secundarias como “documentos, libros o investigaciones adelantadas por personas ajenas al investigador” (Gutierrez, 1993, pág. 329) obtenidos de estudios realizados por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MADS), Procolombia, fundación Natura, Federación Nacional de Cacaoteros (Fedecacao) programa de transformación productiva (PTP), de la página web de Rainforest Alliance, noticias, investigaciones de pregrado, posgrado, artículos científicos y libros referentes a los sellos verdes.

Tabla 1.

Categorías de análisis

<i>Objetivo</i>	<i>Categoría</i>	<i>Descripción</i>
Analizar el comportamiento del sector cacaotero en el mercado interno colombiano por la adopción del sello Rainforest Alliance.	Condiciones de la demanda y producción doméstica del sector cacaotero en Colombia.	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos para obtener la certificación del sello Rainforest Alliance. • Producción nacional. • Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector. • Mercado interno
Analizar el comportamiento del sector cacaotero en el mercado internacional por la adopción del sello Rainforest Alliance.	Contexto de la producción, papel de los gobiernos en el ámbito internacional del sector cacaotero.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad exportable. • Producción internacional • Mercado internacional • Papel de los gobiernos en la competitividad internacional del sector.
Ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance.	Condiciones de las limitaciones y beneficios de las compañías certificadas con el sello a nivel internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Ventajas al obtener la certificación del sello Rainforest Alliance. • Barreras para la alcanzar la certificación Rainforest Alliance. • Ventajas e Impedimentos del sello en la Producción nacional e internacional de cacao. • Ventajas al adoptar el sello en el Mercado interno e internacional. • Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector,

Nota: Esta tabla describe las categorías de la investigación, fuente propia.

4. Capítulo I. Comportamiento en la competitividad del sector cacaotero por la adopción del sello Rainforest Alliance en el mercado interno colombiano

El sello de la rana verde se encuentra en alimentos y bebidas en supermercados, restaurantes, hoteles y otros negocios en todo el mundo, a continuación, se detallan los requisitos y requerimientos para la obtención del sello Rainforest Alliance, los interesados en adquirirlo deberán cumplir con cada uno de ellos como lo exige la organización. Adicional se aborda como se encuentra la producción nacional de cacao en Colombia y si existe cacao certificado con el sello Rainforet Alliance, como es el papel del gobierno en la competitividad nacional del sector y como se mueve el mercado interno de cacao.

4.1 Requisitos para obtener la certificación del sello Rainforest Alliance

La certificación se hace por medio de los organismos de certificación autorizados por Rainforest Alliance, para Colombia son CERES (Certification of Enviromenmtal Standards GmbH), y NaturaCert, los cuales auditan fincas y grupos de productores, donde las fincas que cumplen con los requisitos de certificación se ganan el derecho de promover su logro y comercializar sus productos usando el sello Rainforest Alliance Certified.

4.1.1 Requerimientos.

Para agricultores, granjas y grupos de fincas

Los agricultores y grupos de productores que deseen ofrecer productos certificados por Rainforest Alliance deben obtener la certificación según el Estándar de Agricultura Sostenible de Rainforest Alliance. Las fincas certificadas deben firmar un acuerdo de licencia para vender productos con el nombre de Rainforest Alliance o el sello RAC y obtener la aprobación a través del Mercado certificado de Rainforest Alliance para usar cualquier marca registrada de Rainforest Alliance.

Para otro tipo de empresas:

- 1.** Regístrese en el mercado certificado de Rainforest Alliance.
- 2.** Firmar un acuerdo de licencia a través de Marketplace.
- 3.** Se deben obtener productos o ingredientes de granjas certificadas que cumplan con las especificaciones de compra y fabricación de modo que los productos puedan llevar el sello RAC o venderse como RAC.

4. Confirmación de la trazabilidad por medio de Certificados de Transacción (TC) * de los proveedores y emitiendo TC para todas las ventas de los productos de RAC. Esto asegura que los productos o ingredientes comprados se cultivaron en fincas certificadas por Rainforest Alliance.

5. Desarrollar materiales de empaque y promocionales con el nombre de Rainforest Alliance o el sello RAC de acuerdo con los requisitos para el uso de las marcas registradas de Rainforest Alliance las cuales deben ser aprobadas al igual que el uso público de las marcas o nombre en todas las formas y medios.

6. Pagar una regalía trimestral a Rainforest Alliance por los volúmenes comprados de productos certificados por Rainforest Alliance, solo si corresponde.

4.1.2. Responsabilidades y costos.

En 2010, Rainforest Alliance introdujo un cargo único a compañías que se benefician directamente de la certificación y el uso del sello. Conocido como Acuerdo de Participación como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 2.

Regalías por cultivo

		
<p>CACAO \$0.015 por kilogramo de granos de cacao</p>	<p>BANANO \$0.02 por caja de 18,14 kilogramos de bananos</p>	<p>CAFÉ \$0.015 por libra de café verde</p>
		
<p>COCO \$32.00 por tonelada métrica de aceite de coco crudo</p>	<p>JUGO DE NARANJA \$0.015 por libra de sólidos solubles de jugo de naranja</p>	<p>TÉ \$0.0125 por kilogramo de té mezclado</p>

Nota: Esta tabla describe las regalías por cultivo, fuente Rainforest Alliance (2019).

La tabla anterior describe la proporción de producto que debe ser entregada a la organización por obtener la certificación, esta regalía se recauda una sola vez, de los negocios de la cadena de

suministro para aquellos que compran y venden bienes producidos en las fincas Rainforest Alliance Certified.

Tabla 3.

Costos de la certificación Rainforest Alliance

Recurso	Descripción	Presupuesto
Equipo Humano	Contratación de experto en la norma RAS \$ 3.000.000, contratación de técnico para realizar las capacitaciones y visitas de seguimiento a los productores en certificación. \$ 12.000.000	\$ 25.000.000
Viajes y Salidas de Campo	Auditoría externa realizada por Naturacert, la entidad encargada de certificar.	\$ 10.000.000
Materiales y suministros	equipos de protección personal, Exámenes médicos, botiquines, filtros de agua, Compra y montaje de Trampas Grasa, unidades sanitarias, materiales y Adecuación de Bodegas, Compra y mejoramiento de cocinas ahorradoras de energía , documentación para certificación (Croquis, cada una, los criterios comerciales y criterios de cacao, visos informativos, cartelera informativa, cuadernos de registros de actividades, jornales, y acturas de compra o venta de su producción, material vegetal árboles para forestar	\$ 135.950.000
Total		\$170.950.000

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Espinel M, Griceldina, (2018).

A manera de ejemplo según la investigación realizada por Espinel M, Griceldina, 2018, se realizó de la anterior tabla, donde consolida los gastos en que incurrieron para certificar 50 fincas productoras de cacao del municipio de Tibú. Los costos son altos lo que se puede convertir en un obstáculo para obtener la certificación.

4.1.3 Áreas de interés de la norma 10 Principios.

1. Sistema de Gestión Socio Ambiental.
2. Conservación de Ecosistemas.
3. Protección de la vida silvestre.
4. Conservación de recursos hídricos.
5. Trato Justo y buenas condiciones para trabajadores.
6. Salud y seguridad ocupacional.

7. Relaciones con la comunidad.
8. Manejo integrado de cultivo.
9. Manejo y conservación del suelo.
10. Manejo integrado de desechos.

Los requisitos para la obtención del sello Rainforest Alliance han sido detallados, para los interesados en obtener la certificación, algunas pueden ser de tipo normativo, documental y económico como se observa en la tabla costos de certificación son elevados. La norma está estructurada en diez principios y cada uno de estos está compuesto por criterios, que en total son 94 y describen las buenas prácticas de manejo social y ambiental que se evalúan o miden mediante los procesos de inspección.

Como afirma Rainforest Alliance, (2019) Para obtener y mantener la certificación, las fincas deben cumplir, como mínimo, con el 50% de los criterios aplicables de cada principio y con el 80% del total de criterios de la norma. Aquí es importante tener en cuenta que hay unos criterios críticos que son aquellos que requieren cumplimiento total para que la finca se certifique o mantenga la certificación. De allí la importancia que en Colombia se empiece a tomar mayor conciencia sobre el tema, pues ya hubo algunas fincas en Santander que recibieron dicho sello. Según Vanguardia, (2010) el sello les permite acceder a primas adicionales entre 5% y 15% del precio que se tasa en Bolsa por la calidad de los granos cosechados para ingresar a mercados más exigentes de cacao, como lo son la Unión Europea y Estados Unidos.

4.2 Producción nacional

La competitividad de un sector va muy ligada a la producción interna de un país adonde mide la existencia de recursos dirigidos a un mercado exigente. En la siguiente figura con datos obtenidos de la Federación Nacional de Cacaoteros, (2019) nos muestra la producción de cacao en Colombia desde el año 2008 al 2018.



Figura 1. Producción nacional de cacao 2008-2017, Federación Nacional de Cacaoteros (2019).

La anterior figura evidencia el significativo aumento que ha tenido la producción nacional de cacao en los últimos años, donde en el año 2008 fue de 37.719 toneladas. Y para el año 2017 con 60.535 toneladas con un 37.6% de crecimiento de la producción siendo el récord nacional registrado. Mostrando gran incremento en la producción del grano, además presentó un aumento del 6.6% en la entre el 2016 y el 2017, pero cayó en un 9.16 % en el año 2018 a 54991 toneladas, según Edward Baquero López, presidente de Fedecacao atribuyó esta merma al efecto negativo de las lluvias en las principales zonas productoras de la fruta en los primeros meses del año. (El Colombiano, 2018). Claro que muy lejos de alcanzar las proyecciones acordadas en el Consejo Nacional Cacaotero, Resolución Ministerio de Agricultura 0329 de 17 de noviembre de 2009 “Acuerdo de competitividad de la cadena del cacao y su agroindustria 2009-2022” donde según la tabla muestra que para 2017 se debían producir 150.000 ton. De cacao y 200.000 toneladas para el 2022. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2009)

4.2.1 Producción nacional por departamentos año 2017.

En la tabla 4 se muestran los departamentos productores de cacao en Colombia, encabezando la lista como mayor productor el departamento de Santander.

Analizando la tabla, se concluye que los Departamentos más representativos en producción de cacao en Colombia son, Santander con 38.06% de participación, seguido de Antioquia con 8.93%, Arauca con 8.32 %, Huila 7.97%, Tolima 7.58%, Nariño con un 4.74%, siendo el departamento de Santander el mayor productor de cacao del país, y el departamento de la guajira se queda con el último lugar en la tabla de producción.

Tabla 4.

Producción nacional por departamentos año 2017

<i>Departamento</i>	<i>Producción</i>	<i>Participación</i>
Santander	23.042	38.06%
Antioquia	5.407	8.93%
Arauca	5.037	8.32%
Huila	4.822	7.97%
Tolima	4.590	7.58%
Nariño	2.871	4.74%
Cundinamarca	2.115	3.49%
Meta	2.071	3.42%
Norte Santander	1.786	2.95%
Cesar	1.734	2.86%
Putumayo	1.188	2.96%
Caldas	1.016	1.68%
Boyacá	974	1.61%
Choco	605	1.00%
Cauca	595	0.96%
Valle	505	0.83%
Córdoba	457	0.75%
Magdalena	420	0.69%
Bolívar	409	0.68%
Guaviare	287	0.47%
Casanare	264	0.44%
Caquetá	177	0.29%
Risaralda	78	0.13%
Quindío	74	0.12%
Vichada	6	0.010%
Sucre	3	0.005%
Guajira	1	0.002%
Total	60535	100%

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Federación Nacional de Cacaoteros (2019).

4.2.2 Producción nacional cacao certificado con Rainforest Alliance.

Según datos suministrados por el Ingeniero Agrónomo Fernando Rojas (Comunicación personal, Abril 22 de 2019) y encargado del área de exportaciones de Fedecacao, actualmente en su base de datos no reportan cacaoteros certificados con el sello Rainforest Alliance, pero que si hubo un grupo de cacaoteros localizados en San Vicente de Chucurí que lograron obtener la certificación en el año 2009, con el objetivo de poder expandirse internacionalmente y cumplir con la exigencia de mercados que demandaban este cacao certificado, especialmente el europeo, pero las exigencias en cantidad de toneladas exigidas era muy superiores a las de producción, a lo

que los cacaoteros no pudieron cumplir, desistiendo de la certificación años más tarde, decidieron no acreditar sus fincas de nuevo al cumplirse la última vigencia de un año. (Rojas, 2019)

En el año 2009 como lo menciona el periódico Vanguardia de Barrancabermeja en el artículo “El cacao de San Vicente de Chucurí será certificado”. Donde 23 fincas cacaoteras de la Asociación de productores de cacao, frutales y maderables, Aprocafrum, recibieron el sello de certificación Rainforest Alliance la cual entrega sólo a aquellas producciones que cumplen con los estándares de conservación ambiental económica y Agricultura Sostenible.

120 familias se beneficiaron con la producción de estas 23 fincas cacaoteras. 11.000 hectáreas de cacao habían sembradas en San Vicente de Chucurí para esta época 360 hectáreas de cacao fueron recuperadas. Posteriormente en año 2010, se sumaron 57 nuevas fincas, las cuales fueron certificadas con el sello Rainforest Alliance, tras la evaluación por parte del Comité de Certificación de Sustainable Farm Certification Internacional Ltda., entidad encargada de verificar los requisitos. (Vanguardia, 2009)

Según la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, Usaid, las fincas certificadas cubrían 566 hectáreas de las cuales 293 estaban establecidas para siembras de cacao. El sello les permitía acceder a primas adicionales entre 5% y 15% del precio que se tasa en Bolsa por la calidad de los granos cosechados para ingresar a mercados más exigentes de cacao, como lo son Estados Unidos y la Unión Europea. Los nuevos predios aportarían una producción aproximada a los 140 mil kilogramos anuales. (Vanguardia, 2010)

En la siguiente figura se muestran las hectáreas certificadas con el sello Rainforest Alliance según datos obtenidos de Naturacert. Pero el cacao no estuvo incluido en las hectáreas certificadas.

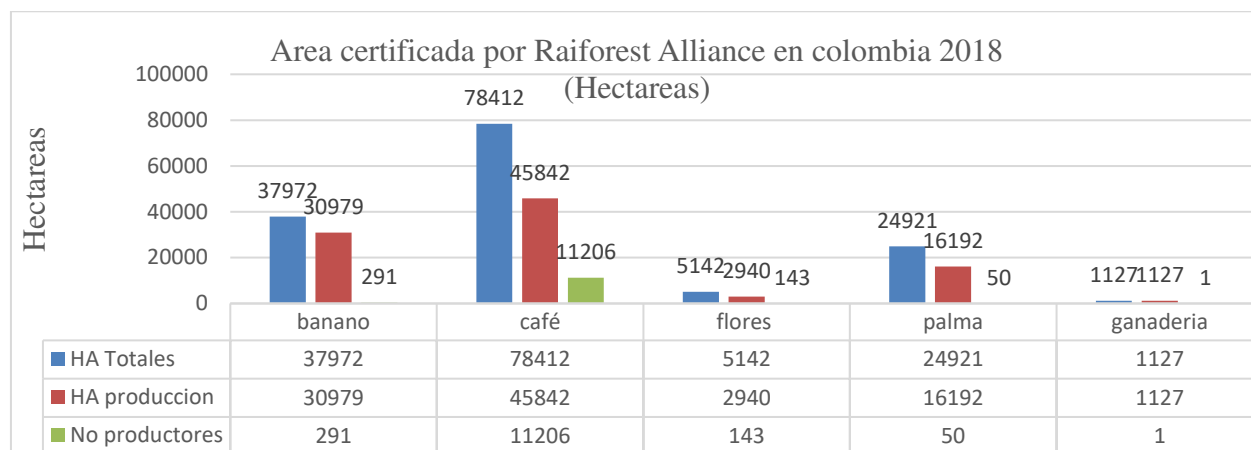


Figura 2. Área certificada por Rainforest Alliance 2018. NaturaCert (2018).

Como se observa en la figura anterior, es evidente que ninguna hectárea de cacao fue certificada con el sello Rainforest Alliance en el año 2018, lo que se ajusta a la información suministrada por el Ingeniero Fernando Rojas mencionado al principio de este texto, y confirma, la falta de interés por parte de los cacaoteros en Colombia por certificarse con el sello, esto debido a los altos volúmenes del grano exigidos por los mercados internacionales, especialmente el europeo, a lo cual, la baja producción de cacao en Colombia, les impide a los productores, cumplir estos requerimientos. Si bien, esta ha venido aumentando, es baja, si se compara con la de los países de la región. Esto conlleva, a que nuestros cacaoteros pierdan grandes oportunidades de vender cacao en el exterior y con una prima adicional en su precio.

Se evidencia el significativo aumento que ha tenido la producción nacional de cacao en los últimos años. Pero el cacao certificado con el sello Rainforest Alliance es inexistente actualmente en Colombia, aunque si hubo un grupo de cacaoteros localizados en San Vicente de Chucuri que lograron obtener la certificación en el año 2009, (Rojas, 2019) la falta de interés por parte de los cacaoteros por certificarse con el sello, es una realidad, esto debido a los altos volúmenes del grano exigidos por los mercados internacionales, especialmente el europeo, a lo cual, la baja producción de cacao, comparada con otros países, les impide a los productores, cumplir estos requerimientos.

4.3 Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector cacaotero

Son cada vez más los auxilios del gobierno para la agricultura, especialmente para el sector cacaotero en Colombia, y de la mano del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Sostenible (MADS) se han gestado algunos de ellos como lo evidencia las siguientes tablas.

Tabla 5.

Apoyos 2014-2016 al sector agrícola colombiano

Apoyos incentivos y financiamiento 2014-2016				
programas	2014	2015	2016	Total, millones
1. Apoyo programas productivos				
Alianzas productivas	6.154		14.094	20.248
2 Apoyos y financiamiento	0	0	0	0
3 Cedrito y financiamiento				
Incentivo capitalización rural	40.668	19.500	24.000	84.168
4 Otros		36.346	2.503	38.849
Total, apoyos	46.822	55.846	40.597	143.265

Nota: Tabla construida a partir de los datos obtenidos de Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2018).

En los últimos años el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural viene apoyando mediante créditos y financiamiento en programas de siembra nueva, renovación de cacaotales envejecidos y mejora de la infraestructura para el manejo de postcosecha, entre otros, adicional con incentivo a la capitalización rural-ICR por cerca de \$ 84.000 millones de pesos. En cuanto a **Apoyos y financiamiento**, no recibieron ninguna ayuda.

Tabla 6.

Apoyos 2014-2016 al sector cacaotero colombiano

Apoyos otorgados al cacao		
Dirigidos a	Aportes MADR (millones de pesos)	Familias beneficiadas
Renovación y postcosecha	2.924	718
Siembra, renovación y fitosanitario	17.422	17.000
Plan nutricional y postcosecha	18.000	6.800
Eventos de comercialización	509	1.200
Total	38.684	21.258

Nota: Tabla construida a partir de los datos obtenidos de Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2018).

Con la reactivación del programa “Alianzas Productivos” en el 2016 se encontraban en ejecución 78 proyectos que beneficiaban a 4.281 familias, impactando cerca de 7.900 hectáreas. El aporte del ministerio fue \$27.118 millones, adicional para el programa “Capacidades Productivas” se encontraba en ejecución el establecimiento 673 etapas de cacao como aporte a las capacidades de producción pequeños cacaoteros del Carmen de bolívar, donde 673 familias cada una con una hectárea, el MADS hizo un aporte de \$6.725 millones. Si bien el gobierno ha invertido en ayudas, para que le sector cacaotero se fortalezca, estas no abarcan en su totalidad los campos

proyectados en la tabla de apoyos e incentivos, los cuales podrían ser de gran ayuda para aumentar la competitividad del cacao en Colombia. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2018)

4.4 Mercado interno

El consumo del cacao tiene incidencia fundamental en la dieta de los colombianos, con un consumo aproximado alrededor de 39.000 toneladas anuales, casi un kilo por persona. Siendo principalmente el consumo de chocolate de mesa. Formando parte de los productos de la canasta familiar.

4.4.1 Demanda de cacao en Colombia.

Tabla 7.

Consumo nacional de cacao

Demanda nacional de cacao en grano, compañías 2018.			
No.	Compañías Chocolateras	Toneladas	%
1	Nacional de Chocolates	20.939,6	54.8
2	Casa Luker	12.189,3	31.9
3	Girones	917,1	2.4
4	Italo	878,8	2.3
5	Andino	496,7	1.3
6	Tolimax	458,5	1.2
7	La Fragancia	458,5	1.2
8	Comestibles Aldor S.A.	382,1	1.0
9	Chocolate Caldas	229,2	0.6
10	Chocolate Colosal	191,5	0.5
11	Demás Fabricas	1.108,1	2.9
	Total	38.211	100

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Federación Nacional de Cacaoteros (2019).

De la tabla anterior, se observa que, si bien existe variedad de compradores de cacao en grano, dos empresas concentran el 86.7 % de la compra nacional que son: la Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker. Por consiguiente, de las 54.991 toneladas de grano producidas en el 2018 se exportaron 16.780, lo que nos da como resultado 38.211 toneladas para el consumo interno, el cual es adquirido por las compañías citadas en la tabla anterior con sus respectivos porcentajes de compra.

4.4.2 Importaciones de cacao en Colombia.

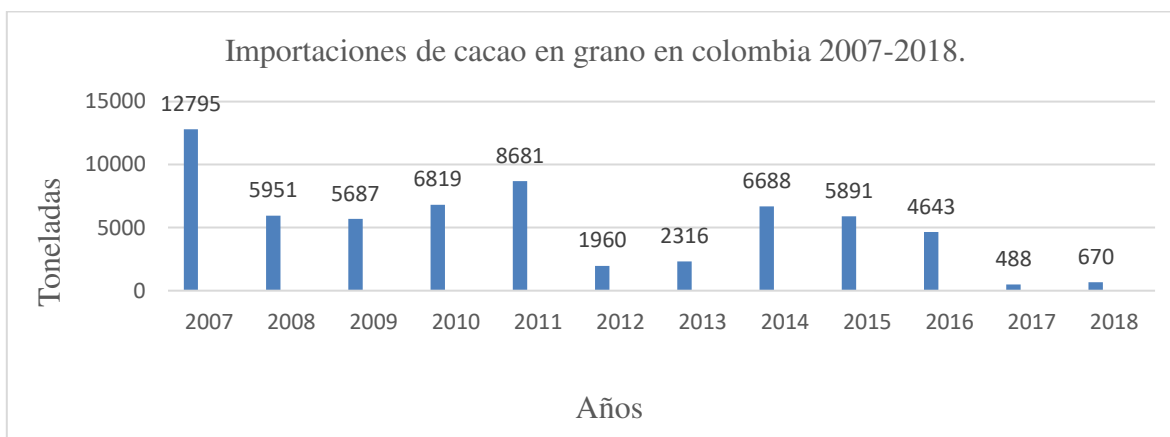


Figura 3. Importaciones de cacao en grano Colombia 2018. Federación Nacional de Cacaoteros (2019).

Colombia siempre ha importado cacao, pero cada vez es menor medida y manteniendo siempre un superávit de las exportaciones, se evidencia que la disminución ha sido considerable siendo los años 2017 y 2018 los más bajos en este aspecto con 488 y 670 Ton. respectivamente. Esto no da cuenta del crecimiento del sector ya que la producción año tras año aumenta, además de suplir la demanda interna, deja excedentes, los cuales son exportados, con cantidades muy superiores cada año.

En resumen y en cuanto a los Requisitos para obtener la certificación del sello Rainforest Alliance estos se detallan y se aclara que, para obtener y mantener la certificación, las fincas deben cumplir, como mínimo, con el 50% de los criterios aplicables de cada principio y con el 80% del total de criterios de la norma. Adicional en producción nacional, Colombia ha venido aumentando todos los años, cada vez en mayor proporción, lo que se resalta es que aunque el nivel de producción sube, el cacao certificado con el sello Rainforest Alliance no ha despertado el interés de los cacaoteros colombianos, debido a las altas exigencias de los mercados extranjeros, para los cuales no tuvieron la capacidad de cumplir, cuando en su momento obtuvieron el sello, lo que llevaría a un aumento de su competitividad frente a otros productores internacionales.

Si bien el gobierno ha invertido presupuesto en el sector, estos son todavía muy bajos y de forma intermitente, sin cubrir todas las áreas necesarias, para impulsar la competitividad de los cacaoteros, en consecuencia, lo que produce el sector, se queda en el mercado interno, abarcando un consumo que representa el 69.5% de la producción nacional, además de suplir la demanda interna deja excedentes, los cuales son exportados y representan un 31.5%

5. Capítulo II. Comportamiento del sector cacaotero por la adopción del sello Rainforest Alliance en el mercado internacional

A nivel mundial el sello Rainforest Alliance también está presente en muchos productos en su mayoría de origen agrícola, los cuales portan el sello y especifican a sus consumidores que cumplieron con todos los requisitos exigidos para obtener la certificación, siendo ambientalmente sostenibles en toda su cadena de producción hasta su etapa final. Llegando a manos de los compradores, en este capítulo abordamos la capacidad exportable de los países productores de cacao, adicional como se encuentra las exportaciones de grano certificado con el sello, la producción internacional y a su vez como se mueve el mercado internacional y el Papel de los gobiernos en la competitividad internacional del sector

5.1 Capacidad exportable de Colombia

A menudo se tiende a confundir capacidad exportable con capacidad de producción de un país, siendo estas dos muy diferentes, ya que todo lo que se produce no puede ser exportado, debido a que primero se debe suplir con la demanda nacional y paso seguido, los excedentes no siempre cumplen con los estándares exigidos por los mercados internacionales. En la siguiente figura se muestra, según datos suministrados por Fedecacao, las exportaciones de cacao en Colombia desde el año 2007 hasta el año 2017. (Ninervini, 2017)

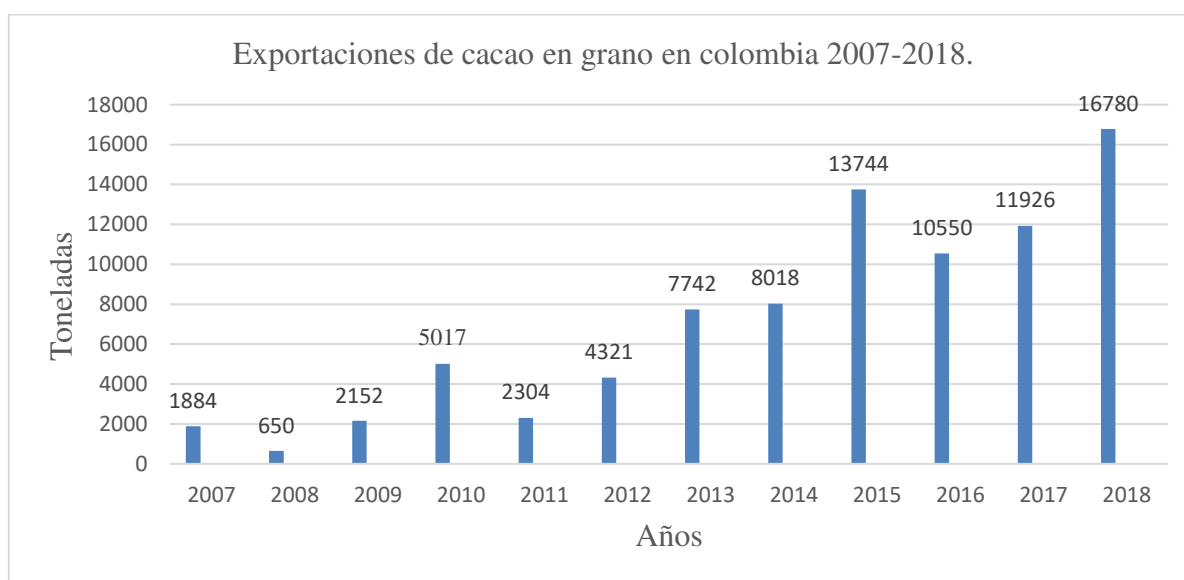


Figura 4. Exportaciones de cacao Colombia 2007-2018. Federación Nacional de Cacaoteros (2019).

Analizando la tabla anterior se observa que en Colombia las exportaciones de cacao en grano han venido incrementando a través de los años, el crecimiento no ha sido constante ya que en el año 2007 estas fueron de 1884 toneladas teniendo una baja considerable en el 2008 casi 3 veces por debajo con tan solo 650 toneladas exportadas, posteriormente en el año 2010 se exportaron 5017 toneladas para tener una caída de más de la mitad con 2304 toneladas, siguió con un crecimiento contante teniendo en 2010 cayó a 10550 toneladas y su pico más alto registrado en exportaciones en el año 2018 donde finalizo el año con 16780 toneladas.

5.1.1 Exportaciones de cacao en grano en el mundo, principales países.

Tabla 8.

Exportaciones de cacao en grano 2018 países

Exportadores	Valor exportado (miles de USD)	Toneladas	Participación en el mundo %
En el mundo	9'657.390	4'046.623	100
Costa de marfil	3'258.527	1'525.594	33.7
Ghana	2'437.194	843.641	25.2
Ecuador	665.177	294.063	6.9
Países Bajos	634.795	237.141	6.6
Camerún	518.504	245.016	5.4
Bélgica	496.549	189.197	5.1
Malasia	353.469	155.572	3.7
Nigeria	256.066	148.419	2.7
República Dominicana	204.584	68.164	2.1
Perú	154.902	60.101	1.6

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Trade Map (2019).

Como lo muestra la tabla anterior, África lidera las exportaciones de cacao a nivel mundial, como es de esperarse, ya que es el continente con más producción de grano, siendo Costa de Marfil el mayor exportador y productor de cacao en el mundo, solo entre Costa de Marfil y Ghana tienen casi el 60% de representación de las exportaciones totales de cacao.

5.2 Producción internacional de cacao

A continuación, según datos obtenidos de la Organización Internacional de Cacao, se resalta la producción de cacao en grano a nivel mundial.

Tabla 9.

Producción internacional de granos de cacao

País	2017/2018	2018/2019	% participación
Costa de marfil	1.964	2.150	42.7
Camerún	250	250	5.1
Ghana	905	900	20.5
Nigeria	255	245	4.9
Otros	130	134	3.6
Total África	3.504	3.679	73.2 %
Brasil	204	195	3.7
Ecuador	285	298	5.7
Colombia	60	54	1.2
Otros	270	268	4.2
Total, América	819	815	14.5 %
Indonesia	240	220	6.1
Nueva Guinea	40	34	0.8
Otros	46	48	1.8
Total, Asia y Oceanía	326	306	7.4 %
Total, mundo	4.649	4.799	100 %

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Organización Internacional del Cacao (2018).

A nivel mundial Costa de Marfil es el primer productor con una participación del 42,7% del mercado mundial, seguido por Ghana con una participación del 20,5%. Ecuador ocupa el quinto lugar con una participación del 5% y Colombia el décimo lugar con una participación del 1,2%.

5.3 Mercado internacional

Este factor es muy importante para la competitividad del sector cacaotero, ya que en él se abarcan aspectos relevantes como: importaciones de los países relacionados con el sector, cuál es su demanda y consumo del cacao en grano, respecto a estas cifras, un país puede identificar los mercados potenciales, si su deseo es internacionalizarse, para el caso de esta investigación, es pertinente analizar el papel que juega el cacao certificado en el mundo, adicional como se mueve el procesamiento y comercialización del mismo.

5.3.1 Importaciones de cacao en grano en el mundo, principales países.

En la siguiente tabla según datos obtenidos de Fedecacao y Trade Map. Se relacionan las importaciones de cacao en grano con los países más relevantes para el año 2018.

Tabla 10.

Importaciones de cacao en grano 2018/países

Importaciones de cacao en grano 2018/ países			
Exportadores	Valor exportado (miles de USD)	Toneladas	Participación en el mundo %
En el mundo	9'174.691	4'125.148	100
Países Bajos	2'660.266	1'172.508	27.2
Alemania	1'177.852	469.485	12.1
Estados unidos	990.199	415.158	10.1
Malasia	791.224	345.489	8.1
Bélgica	592.966	233.336	6.1
Indonesia	528.946	239.377	5.4
Francia	420.226	155.910	4.3
Reino Unido	264.410	113.620	2.7
Italia	255.976	98.406	2.6
España	227.712	99.846	2.3

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Trade Map (2019).

En un estudio realizado por Euromonitor, se afirma que el mundo consumió por primera vez en la historia más de cuatro millones de toneladas de granos de cacao, un incremento del 32% en diez años. de acuerdo con la firma internacional, El aumento, es particularmente fuerte en los mercados emergentes. En China, a manera de ejemplo, la demanda de cacao tendrá un crecimiento anual de 5% hasta 2018, como se observa en la tabla anterior, para este mismo año Holanda fue el mayor importador de cacao en grano. (Procolombia, 2018)

5.3.2 Producción cacao certificado en el mundo con Rainforest Alliance.

Según estudios realizados por la Escuela Superior Politécnica del Litoral, (2016) nos afirma que la situación del mercado mundial de cacao certificado se estima que la producción de cacao procedente de plantaciones certificadas sumó 899 mil toneladas en 2012, equivalente a 22% de la producción mundial, mostrando un revelador crecimiento de alrededor de 69% anual desde el 2008 cuando el cacao certificado principalmente orgánico y Fairtrade representaba menos de 1% de la producción mundial. Los principales países productores de cacao certificado en 2012 fueron Costa de Marfil con una participación de 50%, Ghana 17% y República Dominicana 15%.

No obstante, esta producción no ha sido adecuadamente absorbida ya que la demanda por cacao certificado no ha alcanzado los volúmenes disponibles, haciendo que apenas 300 mil TM, es decir 33% de la producción certificada en 2012, hayan sido vendidas con las condiciones de cacao

certificado, lo cual significó 7% de la producción global y 10% de las exportaciones mundiales. Se considera que la mitad del cacao vendido como certificado va a los grandes fabricantes de chocolate y la otra mitad se dirige a nichos de compañías chocolateras más pequeñas. El cacao certificado por UTZ y Rainforest Alliance –principalmente originado en África Occidental- es el que ha impulsado el crecimiento en los últimos años de este tipo de producción, destacando el significativo porcentaje de cacao orgánico que logra ser vendido como tal y que se concentra en cultivos de cacao fino o de aroma de América Latina especialmente República Dominicana, Ecuador, Perú y México. (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2016)

5.3.3 Volumen producido y vendido de cacao certificado por esquema de certificación en el mundo 2012 en miles de toneladas.

Tabla 11.

Cacao certificado por esquemas vendido en el 2012/ Tons.

Esquema de certificación	Producción (miles Ton.)	Venta como certificado	% venta certificada	% producción mundial
UTZ	535	119	22%	13%
Rainforest Alliance	405	206	51%	10%
Fairtrade internacional	176	68	39%	3%
Orgánico	101	78	7.5%	3%
Total	1219	470		
Total, ajustado	899	300	33%	22%





Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Escuela Superior Politécnica del Litoral (2016).

A finales de 2017, el programa de certificación de Rainforest Alliance abarcaba a cerca de 1,3 millones de agricultores en 57 países, cubriendo un área total de 3,5 millones de hectáreas. La producción de fincas Rainforest Alliance Certified suma alrededor del 10,2 % de la producción total de cacao del mundo, África sigue dominando el portafolio. Para el cierre de 2017, los seis países que ocuparon los primeros lugares de la lista de países con más fincas certificadas se ubicaron en África. Costa de Marfil y Kenia se ubicaron en el primer y tercer lugar, respectivamente, con las áreas totales más extensas certificadas Rainforest Alliance. (Rainforest Alliance, 2018).

La proyección a futuro de cacao certificado es optimista, donde para el año 2020 se esperan producir 1'555.000 toneladas de cacao sellos verdes, entre las diferentes certificaciones existentes, de lograrse, sería un factor un importante para el aumento de la competitividad del sector cacaotero mundial, como ya se mencionó anteriormente, este cacao tiene un precio superior al normal y es muy apetecido en los mercados actuales.

Tabla 12.

Proyección crecimiento de certificación 2009-2020

Crecimiento de certificación 2009-2020					
certificaciones	2009	2010	2015	2020	crecimiento %
	5.396 Ton.	20.000 Ton.	160.000 Ton.	500.000 Ton.	93
	13.200 Ton.	79.200 Ton.	311.350 Ton.	500.000 Ton.	38
	65.000 Ton.	80.000 Ton.	275.000 Ton.	475.000 Ton.	7
	20.000 Ton.	42.500 Ton.	60.000 Ton.	80.000 Ton.	4
total	103.696	221.700	816.350	1'555.000	

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Federación Nacional de Cacaoteros (2016).

5.3.4 Consumo mundial de cacao.

El consumo mundial de cacao se concentra especialmente en Europa y Norte América, estos dos continentes concentran más del 70% del consumo mundial, y con un mínimo de participación para los demás continentes consumidores.

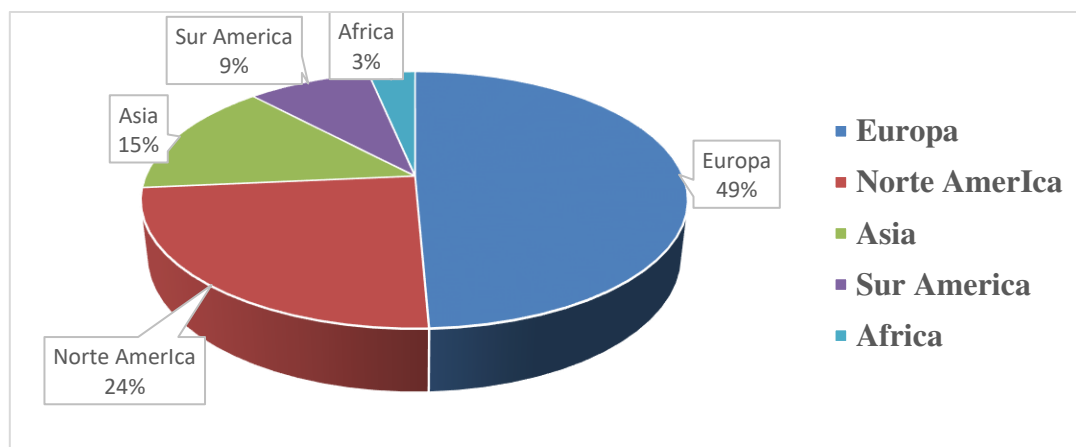


Figura 5. Consumo de cacao a nivel mundial/continentes. Federación Nacional de Cacaoteros (2016).

La demanda de varios de los mayores fabricantes de chocolates del mundo se ha comprometido a utilizar cacao 100% sostenible y/o certificado para el año 2020, incluyendo Mars, Hershey's, Lindt y Ferrero. (Escuela Superior Politecnica del Litoral, 2016)

Tabla 13.

Top diez mayores procesadoras 2016/ volumen del 80 % del cacao mundial

1. Barry Callebaut (Suiza)	6. Guang Chong (Malasia)
2. Cargill (USA)	7. Ecom (Suiza)
3. Olam – compro ADM en 2015	8. Nestlé (Suiza)
4. Blommer (USA)	9. Ferrero (Italia)
5. Mondelez (Suiza)	10. BT Cocoa (Indonesia)

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Federación Nacional de Cacaoteros (2016).

Las 10 compañías mencionadas en la tabla anterior son unas de las más importantes a nivel mundial, ellas procesan alrededor del 80% de la producción en el mundo.

Tabla 14.

Top siete procesadoras de chocolate en el mundo 2016

Top 7 fabricantes de chocolate en el mundo 2016	
Compañías	Ventas (Usd millones)
Mars inc. (USA)	18.400
Momdolez International (USA)	16.691
Nestlé S.A. suiza	11.041
Ferrero Group (Luxemburgo- Italia)	9.757
Meji Co ltd (Japón)	8.461
Hershey Co.(USA)	7.422
Chocoladenfabriquen Lindt & Sprungli AG (Suiza)	4.171

Nota: Tabla construida a partir de los aportes de Federación Nacional de Cacaoteros (2016).

Son varias las compañías procesadoras y comercializadoras de cacao a nivel mundial, como se observa en los datos suministrados por Fedecacao, en las figuras anteriores, estas las empresas que le dan valor agregado al cacao en grano, y producen chocolate en sus diferentes presentaciones.

5.4 Papel de los gobiernos en la competitividad internacional del sector

La Organización Internacional del Cacao ha venido organizando la Conferencia Mundial del Cacao, desde la primera, en noviembre de 2012, se han extendido los esfuerzos sectoriales para mejorar las vidas de los agricultores, las comunidades y el medio ambiente.

La cuarta Conferencia Mundial del Cacao, fue celebrada en Berlín en abril de 2018, convocando a casi 1,500 participantes de más de 65 países, que representan a miembros de, los gobiernos productores, los gobiernos consumidores, los agricultores, los comerciantes, los molinos, procesadores, fabricantes, instituciones de investigación, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, organizaciones de consumidores y muchos otros.

La Conferencia, que también fue organizada por el gobierno de la República Alemana conjuntamente con el Ministerio de Alimentación y Agricultura, contó con la participación de ministros de países miembros exportadores de cacao de ICCO: (Ministro de Comercio de Costa de Marfil, SE Sr. Souleymane Diarrassouba) , Camerún (Ministro de Comercio, Sr. Luc Magloire Mbarga Atangana), Ecuador (Ministro de Agricultura, Sr. Rubén Flores Agreda), Nicaragua (Ministro de Desarrollo, Industria y Comercio (Sr. Orlando Solorzano Delgadillo), República Dominicana (Ministro de Agricultura, Sr. Angel Estevez Boudierdy, en representación del Ministro de Agricultura de Perú, el Sr. Gustavo Eduardo Mostajo Ocola, el Embajador de Perú en Alemania, el Sr. Elmer Schialer .

El Director Ejecutivo de ICCO, Dr. Jean-Marc Anga, hizo la presentación principal de la Conferencia, y describió su visión para lograr los cambios necesarios para la Agenda Global del Cacao, acordada en el primer CMI en Abidjan en 2012.

Las discusiones de la Conferencia se basaron sobre estas cuatro vías principales:

- 1.) Producción sostenible, 2) Industria sostenible, 3) Consumo sostenible,
- 4) Gestión sostenible.

1) Producción sostenible

- ✓ Las partes interesadas deben desarrollar e implementar políticas que permitan a los agricultores de cacao obtener un ingreso vital.
- ✓ Todas las partes interesadas deben fomentar políticas y actividades para fortalecer la posición y los derechos de las mujeres.
- ✓ Las partes interesadas relevantes deben contribuir a crear un entorno propicio que mejore el acceso al ahorro, crédito, finanzas y seguros, también para los pequeños agricultores.
- ✓ Los gobiernos productores y las iniciativas sectoriales deben implementar y hacer cumplir políticas y prácticas que aseguren la protección ambiental, incluidas las medidas contra la deforestación y reforestación, la protección del suelo y los sistemas agroforestales.

- ✓ Los gobiernos deben prestar la debida atención a las necesidades de los agricultores en el comercio internacional, incluidas las opciones para leyes de competencia internacional sólidas que promuevan un comercio justo tanto para los agricultores como para los consumidores.
- ✓ El trabajo infantil no tiene un lugar en una cadena de valor de cacao sostenible. Todos los sectores deben aumentar los esfuerzos, la eficiencia y la cooperación para erradicar el trabajo infantil y sus causas fundamentales.

2) Industria sostenible

- ✓ La trazabilidad de la cadena de suministro debe reconocerse como una necesidad para una cadena de valor sostenible. Se deben realizar esfuerzos para garantizar que esto no conlleve costos adicionales y que otras cargas se transfieran a los agricultores sin una remuneración suficiente.
- ✓ Los esfuerzos de sostenibilidad del sector deben ser transparentes y públicamente responsables tanto de los esfuerzos como de los impactos, incluso a través de marcos apropiados de monitoreo y evaluación.

3) Consumo sostenible

- ✓ Involucrar al sector en actividades dinámicas para estimular el procesamiento en los países de origen y el consumo saludable de cacao en los países de origen y los mercados emergentes de cacao.
- ✓ El cumplimiento de los requisitos de SPS es de interés para los consumidores y productores por igual. Es esencial asegurar que se brinde la asistencia necesaria técnica, financiera o de otro tipo para que los productores puedan cumplir con estos requisitos.

4) Gestión sostenible

- ✓ Los gobiernos de los países productores deben coordinar las políticas nacionales y regionales de cacao, teniendo especialmente en cuenta el impacto que esto puede tener en los precios del cacao.
- ✓ Los gobiernos de los países productores deberían fortalecer los Planes Nacionales de Desarrollo del Cacao (NCDP); incluyendo un fortalecimiento de la infraestructura, servicios de extensión, diversificación de fincas, seguridad de tenencia, etc., haciendo esfuerzos para asegurar un enfoque transparente, inclusivo y participativo en el desarrollo e implementación de los NCDPs.
- ✓ Se pide a los gobiernos de los países productores que realicen un inventario confiable de las existencias de árboles de cacao.

- ✓ Se solicita a todas las partes interesadas que refuercen la diligencia debida en materia de derechos humanos en toda la cadena de suministro, incluso a través de posibles medidas reglamentarias de los gobiernos.
- ✓ Se alienta a los sectores público y privado a estimular la investigación científica y el desarrollo hacia la producción sostenible, el consumo y el procesamiento innovador.
- ✓ Se pide a los gobiernos de las naciones productoras y consumidoras que vuelvan a evaluar la efectividad y transparencia de sus inversiones en el sector del cacao.
- ✓ Todo el sector del cacao, incluida la industria, los gobiernos de las naciones consumidoras, las naciones productoras, los donantes internacionales, los agricultores de cacao y otras instituciones relevantes, debe hacer un llamamiento urgente para aumentar sus inversiones en la mejora del sector del cacao.
- ✓ Establecer un fondo fiduciario nacional / mundial para agricultores
- ✓ Establecer un fondo fiduciario para la preservación de diverso material genético (Centro de Investigación del Cacao / CATIE (Organización Internacional del Cacao, 2018))

En síntesis la capacidad exportable de los países productores de cacao a nivel mundial va en aumento, siendo África el continente con más porcentaje de representación en exportaciones, con Costa de Marfil a la cabeza como número 1, en cuanto a cacao certificado según (Rainforest Alliance, 2018) Costa de Marfil y Kenia se ubicaron en el primer y tercer lugar, respectivamente, con las áreas totales más extensas certificadas Rainforest Alliance, y para 2020 se espera producir 1'555.000 toneladas certificadas para las distintas certificaciones actuales.

En cuanto a producción internacional como es de esperarse África sigue liderando el ranking con su principal representante Costa de Marfil como mayor productor de cacao en el mundo, para el mercado internacional, el consumo mundial de cacao se concentra especialmente en Europa y Norte América, estos dos continentes concentran más del 70% del consumo, siendo los Países Bajos y Estados Unidos las más representativos respectivamente. En últimas el Papel de los gobiernos en la competitividad internacional del sector este es muy relevante y se denota, ya que, desde hace cuatro años, La Organización Internacional del Cacao ha venido organizando la Conferencia Mundial del Cacao.

6. Capítulo III. Ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance

Una vez analizados los efectos del sello en el sector cacaotero colombiano y el extranjero, en este capítulo procedemos analizar las ventajas y barreras al ser otorgada la certificación Rainforest Alliance, del mismo modo ventajas y obstáculos en la Producción nacional de cacao, en la Producción internacional, Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector y en la competitividad internacional,

6.1 Ventajas al obtener la certificación del sello Rainforest Alliance

Son muchos los beneficios que se desprenden de la obtención de la certificación con el sello Rainforest Alliance entre los que se destacan:

Mayores ingresos por venta del producto, Nuevas oportunidades de mercado, Bancos e instituciones financiera apoyan con créditos e inventivo a agricultores certificados

Adicionales instituciones públicas, privadas y ONGs y los gobiernos ofrecen incentivos para promover la producción sostenible. Producción sostenible con reducción de costos, mejores prácticas d gestión en la finca.

Los productores adquieren conocimiento acerca de prácticas y tecnologías modernas de producción. Asesoramiento por parte de la organización Rainforest Alliance para una óptima producción y comercialización de sus productos.

Excelente imagen del producto a nivel internacional, estos atraen consumidores, compradores tostadores, oportunidades de nuevos mercados del producto.

Los cacaoteros al estar organizados en cooperativas o grupos de trabajo, hace que le transporte del producto sea más económico, fácil acceso a créditos para fertilizantes, cosecha postcosecha y emergencias en las familias.

El poseer el sello genera confianza en los clientes internos como extranjeros los que asegura mejores precios y futuras ventas.

Trabajadores dedicados y competentes, capacitados para desarrollar sus funciones laborales, protección personal en actividades de riego, vivienda digna para productores y trabajadores, trato y salario justo.

Acceso a educación, reconocimiento por su trabajo y logros, satisfacción personal de los productores por logros sociales, económicos y ambientales.

6.1.1 Obstáculos al obtener la certificación del sello Rainforest Alliance.

Los costos de certificación parecen ser un obstáculo. Como se observa en la figura, costos de la certificación, Frente a esto se reconoce que el proceso de evaluación y de certificación implica actividades que tienen su costo, análisis de laboratorio, visitas a terreno, elaboración de informe por personal profesional de la entidad certificadora. Este costo se debe comparar con el sobre precio que se espera obtener con el otorgamiento de la certificación,

Los agricultores deben hacer un gran esfuerzo con un considerable costo, de tiempo y capital, hasta obtener beneficios de la certificación. Esto implica el esfuerzo adicional de cumplir todos los parámetros exigidos en el entorno social y ambiental. Lograr la certificación no garantiza que el cacao se vaya a comprar. Lo que sucedió en Colombia en el año 2009 cuando cacaoteros de san Vicente de Chucuri obtuvieron la certificación, pero no lograron vender su producción a compradores europeos por la alta demanda exigida. (Rojas, 2019)

6.2 Ventajas del sello Rainforest Alliance en la producción nacional de cacao

Actualmente la producción de cacao en Colombia va en aumento como muestra en la figura producción nacional de cacao, (Federación Nacional de Cacaoteros , 2019), pero no se percibe ninguna ventaja respecto al sello ya que el sector cacaotero se mantiene sin certificación como lo muestra la figura hectáreas certificadas con Rainforest Alliance en Colombia 2018, a lo que se identifica claramente que las ventajas y beneficios esperados al adquirir el sello no se perciben en la producción nacional de cacao al no existir una sola hectárea de cacao certificada actualmente en el país.

6.2.1 Obstáculos del sello Rainforest Alliance en la producción nacional de cacao.

Al no existir cacao certificado en Colombia en la actualidad. Esto se convierte en una barrera de tipo ambiental para a los cacaoteros nacionales. Aunque Colombia exporta cacao actualmente a los mercados extranjeros como el europeo y una parte comercializada a los Estados Unidos, es imposible penetrar en los mercados que demandan el cacao certificado, los cuales otorgan un premio en precio a este grano por cumplir con las exigencias de calidad y de cuidado con el medio ambiente. Escuela Superior Politécnica del Litoral (2016). Adicional la certificación permite posicionar el cacao colombiano a nivel internacional, lo que se convierte en una ventaja

competitiva donde los clientes y consumidores valoran esta causa y priorizan empresas sostenibles, es sensato esperar un crecimiento de las ventas tras la obtención del certificado.

6.3 Ventajas y obstáculos del sello Rainforest Alliance en la producción internacional de cacao

En el contexto internacional son evidentes los beneficios que han obtenido los agricultores al obtener la certificación con el sello Rainforest Alliance en sus granjas y cultivos. Actualmente Costa de Marfil es el mayor productor de cacao certificado en el mundo, según un estudio realizado por Rainforest Alliance en año 2012, las fincas de cacao con el sello Rainforest Alliance Certified en Costa de Marfil produjeron 40 % más cacao por acre que las fincas no certificadas. Este aumento en la producción no estuvo asociado a gastos más altos como la contratación de más trabajadores, lo que indica que las ganancias en productividad se debieron a mayor eficiencia. Los ingresos netos en las fincas certificadas también aumentaron por un factor de casi cuatro veces. (Rainforest Alliance, 2018)

Adicional, otro estudio encontró, que los productores de cacao certificados en Ghana reportaron un cambio positivo en sus ingresos, ahorros y otras variables financieras desde que obtuvieron la certificación, en comparación con agricultores no certificados, quienes no reportaron mejoras o, más bien, sufrieron cambios negativos en el mismo lapso. A finales de 2017, el programa de certificación de Rainforest Alliance abarcaba a cerca de 1,3 millones de agricultores en 57 países, cubriendo un área total de 3,5 millones de hectáreas. La producción de fincas Rainforest Alliance Certified sumó alrededor del 10,2 % de la producción total de cacao del mundo. (Rainforest Alliance, 2018)

6.4 Papel del gobierno en la competitividad nacional del sector, ventajas y obstáculos al adoptar el sello Rainforest Alliance

En Colombia se creó el Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes (PENMV), periodo 2002-2012. Con el objetivo de fortalecer la producción de recursos ambientalmente sostenibles e aumentar la oferta de servicios ecológicos competitivos en los mercados nacionales e internacionales favoreciendo al mejoramiento de la calidad ambiental y la prosperidad social.

Adicional busca - Promover la demanda nacional por productos verdes - Posicionar a Colombia como proveedor de productos verdes - Afianzar la oferta de los productores verdes - Constituir instrumentos de apoyo al sector de productos verdes, y por medio de instrumentos financieros de entes públicos para el impulso de los Negocios Verdes en Colombia, entre ellos los sellos verdes

o eco etiquetas. Las entidades encargadas tales como Sistema Nacional de Apoyo a las Micro Pequeña y Mediana Empresa, Fondo de Compensaciones Ambientales, Bancoldex, Colciencias, Finagro, Fontur Colombia entre otros todos, fomentan y promueven los proyectos que incluyan el cuidado del medio ambiente en sus procesos, aportando incentivos y créditos a muy bajos intereses, inclusive llegando a condonar la deuda si se cumple con unos parámetros establecidos.

Algunos obstáculos encontrados en términos generales. El consumidor nacional desconoce qué son los negocios verdes, sus características diferenciadoras, sus beneficios para el ambiente, la salud y la sociedad.

Han sido escasas las campañas de sensibilización, concientización y posicionamiento del tema en los consumidores. existe desconocimiento de la caracterización de las especies silvestres con las que cuenta el país, sus usos y mercados potenciales (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2006).

6.4.1 Papel del gobierno en la competitividad internacional del sector y ventajas al adoptar el sello Rainforest Alliance.

A nivel internacional es importante destacar el papel de las entidades internacionales interesadas en promover prácticas en pro del cuidado del medio ambiente, este es el caso de la Organización Internacional del Cacao que ha venido organizando la Conferencia Mundial del Cacao, Desde la primera, en noviembre de 2012, se han extendido los esfuerzos sectoriales para mejorar las vidas de los agricultores, las comunidades y el medio ambiente.

En la cuarta Conferencia Mundial del Cacao, que fue celebrada en Berlín en abril de 2018, convocó a casi 1,500 participantes de más de 65 países, que representan a miembros de, los gobiernos productores, los gobiernos consumidores, los agricultores, los comerciantes, los molinos, procesadores, fabricantes, instituciones de investigación, organizaciones de la sociedad civil, sindicatos, organizaciones de consumidores y muchos otros. (Organización Internacional del Cacao, 2018)

6.5 Ventajas y limitantes al adoptar el sello Rainforest Alliance en el Mercado interno e internacional

El cacao orgánico certificado tiene un precio superior al cacao tradicional y puede lograr un mercado estable con un mejor precio, siempre cuando se comercializa granos fermentados y con alta calidad que satisfaga las exigencias del mercado. El cacao orgánico representa una pequeña

parte del mercado total de cacao. Sin embargo, la producción y venta de cacao orgánico está creciendo rápidamente. (MovilCacao, 2019)

La demanda de varios de los mayores fabricantes de chocolates del mundo se ha comprometido a utilizar cacao 100% sostenible y/o certificado para el año 2020, incluyendo Mars, Hershey's, Lindt y Ferrero. Con lo cual se proyecta que la brecha entre producción y ventas de cacao certificado se reduzca. El cacao certificado que es vendido en dicha condición es alrededor de un 33% del total producido bajo certificación en 2012. El productor recibe un premio que surge de la negociación entre comprador y vendedor y que en años recientes ha variado entre 5% y 18% (Escuela Superior Politecnica del Litoral, 2016)

Se ha planteado el uso de los esquemas de certificación ya reconocidos o la implementación de iniciativas propias. Entre los distintos esquemas de certificación, los premios más altos se han observado para el cacao orgánico, mientras que los premios más bajos fueron para el cacao certificado UTZ. A diferencia de los otros esquemas, Fairtrade trabaja con un premio fijo, así como con un nivel de precio mínimo bajo el cual no puede venderse cacao con dicho certificado. (Escuela Superior Politecnica del Litoral, 2016).

Según Fedecacao la producción de cacao certificado en el mundo tiene un gran potencial, y representa un 15%, 600 mil Ton. Para el 2016, pero no se puede vender como tal, esto depende de la calidad del grano y de escasez del grano. (Federación Nacional de Cacaoteros, 2016)

7. Conclusiones

La investigación realizada analizó los efectos de la adopción del sello Rainforest Alliance en la competitividad del sector cacaotero colombiano en el mercado internacional, y determinó que si bien algunos factores contribuyen a beneficiar a los cacaoteros en el país como el aumento consecutivo en la producción, incremento en las exportaciones y el papel del gobierno con programas e incentivos, el sello no tuvo efectos beneficiosos para el sector cacaotero ya que al momento de hacer esta exploración no habían hectáreas de cacao certificadas con el sello

En esta investigación se examinó el comportamiento del sector cacaotero en el mercado interno colombiano por la adopción del sello Rainforest Alliance y actualmente no hay cacaoteros certificados con el sello en el país, pero en el pasado, más exactamente en el año 2009 a un pequeño grupo de cultivadores les fue otorgada la certificación. La mantuvieron vigente por unos años, lograron abrir mercado en Europa, Pero desistieron de ella, ya que la producción de cacao certificado era muy baja, para cumplir con la cantidad demandada. En conclusión, la certificación no cumplió con los objetivos planteados por los cacaoteros en su momento, quedando rezagada y sin ningún y efecto.

La exploración indagó también sobre el comportamiento del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con Rainforest Alliance, dando como resultado que la producción de fincas Rainforest Alliance Certified sumó alrededor del 10,2 % de la producción total de cacao del mundo para el año 2017, abarcando un aproximado de 1,3 millones de agricultores en 57 países, con un área total de 3,5 millones de hectáreas en su mayoría países africanos. Esto nos señala que el sello Rainforest Alliance tiene mayor relevancia y beneficios en productores extranjeros haciéndolos muy competitivos en los diferentes mercados, siendo Colombia el caso opuesto.

Por la misma línea y al observar las ventajas y obstáculos para la competitividad del sector cacaotero en el mercado internacional al estar certificado con el sello Rainforest Alliance, se llegó a la conclusión que para Colombia no tuvo ninguna ventaja la certificación en su momento. Donde el Estado no ha proporcionado un entorno que acompañe la búsqueda de competitividad del sector cacaotero, en donde los servicios y apoyos orientados a la producción son muy bajos, adicional al ser un sector de pequeños productores no existe la presión competitiva de contendores locales, y no hay fuertes relaciones con las instituciones y estructuras específicas del gobierno que brinden un ambiente propicio en la competitividad del sector.

Por último, se concluyó, que a nivel internacional que, si hubo beneficios, pero en los grandes productores, entre ellos, los países africanos, ejemplo Costa de Marfil donde su producción reflejo un aumento del 40 % en el último año gracias a las prácticas promovidas Rainforest Alliance Certified. En Ghana los ingresos netos en las fincas certificadas amentaron cuatro veces. Adicional se determinó que actualmente el cacao colombiano no posee el sello Rainforest Alliance.

8. Recomendaciones

Es de reconocer que la industria del cacao en el país es un sector muy pequeño en la economía, pero si bien en cierto con un gran potencial, debido al aumento de la demanda que presenta actualmente, especialmente por el mercado europeo y Norte Americano, y a la baja en la producción de los países africanos, los cuales lideran el ranking mundial. En cuanto al sector cacaotero, deben aumentar los esfuerzos para aumentar la producción de cacao, especialmente el certificado, retomar la gestión y los procesos para certificarse de nuevo con el sello Rainforest Alliance y paulatinamente ir aumentando el número de cacaoteros certificados en el país y ser acreedores de los beneficios antes mencionados, siendo este un factor determinante al momento de ser comercializado, a mercados dispuestos a pagar un valor adicional.

Respecto a las entidades como Fedecacao, Ministerio de Agricultura, Finagro entre otros, deben trabajar mancomunadamente para promover las ayudas a los cacaoteros del país, como incentivos, créditos, compensaciones a la baja de los precios, nuevas siembras, campañas sanitarias, infraestructura, fortalecimiento de los cultivos y recursos orientados al tema de investigación. Adicional promover la certificación del sello Rainforest Alliance y otras certificaciones las cuales darán posicionamiento al cacao colombiano a nivel internacional.

A Rainforest Alliance Org. y las certificadoras autorizadas en el país, a poner sus ojos en el sector cacaotero colombiano, que implementen programas y estímulos para que retomem la certificación y que esta pueda llegar a cubrir la mayor cantidad de hectáreas de cacao sembradas, y obtener así beneficios recíprocos.

Al Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Comercio, Procolombia y todas las entidades relacionadas con la comercialización en el país, son llamados a unir fuerzas para promover la certificación con sellos verdes del cacao y su comercio, especialmente en mercado el extranjero, aumentando las exportaciones y abriendo nuevas oportunidades comerciales.

Al gobierno nacional, a darle uso a esas grandes extensiones de terrenos baldíos, y a territorios que han sido objeto de extinción de dominio, con potencial para la siembra, a que sean adaptados y aprovechados para el cultivo del cacao y dar lugar, a la creación de nuevos empleos.

9. Referencias

- Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados . (febrero de 2017). *eacnur.org*. Obtenido de Ecoetiquetas, ¿qué son y para qué nos sirven?: <https://eacnur.org/blog/ecoetiquetas-nos-sirven/>
- Asociación Española de Normalización. (2007). *Gestión ambiental, 2a edición*. Madrid, España.
- Avendaño, R., & Díaz, M. (2014). *pymesonline.com*. Obtenido de pymesonline.com: <file:///C:/Users/Salas/Downloads/Cuaderno02-14DiazAvendaofinal.pdf>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2006). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de Teorías de internacionalización.: <file:///C:/Users/Salas/Downloads/Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf>
- El Colombiano. (21 de Noviembre de 2018). Cosecha de cacao busca crecer tras un flojo 2018. *El Colombiano*, págs. 1-1.
- Escuela Superior Politecnica del Litoral. (2016). *Estudios industriales orientación estratégica para la toma de decisiones: industria de cacao*. Guayaquil: UGA Diseño y Publicidad ESPOL.
- Estévez, J. A., & Naranjo, L. (2018). *repositorio.uniagustiniana.edu.co*. Obtenido de repositorio.uniagustiniana.edu.co: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/385/1/NaranjoHernandez-LuisaFernanda-2018.pdf>
- Federación Nacional de Cacaoteros . (2019). *fedecacao.com.co*. Obtenido de Economía nacional: <https://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-02-12-17-20-59/nacionales>
- Federación Nacional de Cacaoteros. (Agosto de 2016). *fedecacao.com.co*. Obtenido de Mercado Internacional del cacao en grano y las potencialidades en Colombia.: https://www.fedecacao.com.co/portal/images/Arvi_Jansen_-

[_Holanda_Mercadeo_Internacional_del_cacao_en_grano_y_las_potencialidades_en_Colombia_.pdf](#).

Gutierrez, H. C. (1993). *Metodos de la investigacion*. Quito: ABYA YALA.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2004). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw-Hill / Interamericana editores, S.A. DE C.V.

Hoof, B. v., Monroy, N., & Saer, A. (Abril de 2008). *Producción más Limpia: paradigma de gestión ambiental*. Bogotá : Alfaomega Colombiana. Obtenido de file:///C:/Users/Salas/Downloads/kupdf.net_produccioacuten-maacutes-limpia-paradigmaambie-de-gestioacuten-ntal.pdf

ISO. (22 de Abril de 2019). www.iso.org. Obtenido de International Organization for Standardization : <https://www.iso.org/home.html>

Luna, A. (2013). bdigital.unal.edu. Obtenido de bdigital.unal.edu.: <http://bdigital.unal.edu.co/45996/1/822141.2013.pdf>

Maneiro, J., & Burguillo, M. (10 de julio de 2007). pymesonline.com. Obtenido de pymesonline.com: http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R02230_ecoetiquetado.pdf

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (17 de Noviembre de 2009). minagricultura.gov.co. Obtenido de consejo nacional cacaoero, Acuerdo de competitividad de la cadena del cacao y su agroindustria 2009-2022: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/004%20-%20D.C.%20-%20Acuerdo%20de%20Competitividad%202009%20-%202022.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (Enero de 2018). minagricultura.gov.co. Obtenido de Cadena de cacao Indicadores e Instrumentos Enero 2018: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Cacao/Documentos/002%20-%20Cifras%20Sectoriales/002%20-%20Cifras%20Sectoriales%20-%202018%20Enero%20Cacao.pdf>

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (31 de Diciembre de 2006).
www.minambiente.gov.co. Obtenido de Plan Nacional de Negocios Verdes:
http://www.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/plan_de_negocios_verdes/Plan_Nacional_de_Negocios_Verdes.pdf
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (4 de Julio de 2016). *minambiente.gov.co*.
Obtenido de *minambiente.gov.co*:
<http://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/2351-constitucion-del-91-la-carta-que-le-dio-un-reconocimiento-al-medio-ambiente>
- MovilCacao. (2019). *cacaomovil.com*. Obtenido de Los mercados del cacao en Centro América y su demanda: <http://cacaomovil.com/guia/10/contenido/mercados-en-centroamerica/>
- NaturaCert. (2018). *naturacert.org*. Obtenido de Hectáreas Certificadas RAC:
<http://www.naturacert.org/hectareas-certificadas-rac/>
- Ninervini, N. (2017). *www.diariodelexportador.com*. Obtenido de Evaluacion de la capacidad exportadora: https://www.diariodelexportador.com/2014/12/evaluacion-de-la-capacidad-exportadora_3.html
- Organización Internacional del Cacao. (02 de julio de 2018). *www.icco.org*. Obtenido de Reglas de interactividad para los 1.500 asistentes al WCC de Berlín.:
<https://www.icco.org/about-us/icco-news/390-interactivity-rules-for-the-1-500-attendees-at-wcc-berlin.html>
- Organización Mundial de Comercio. (12 de 03 de 2019). *wto.org/spanish*. Obtenido de *wto.org/spanish*: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/envir_s/labelling_s.htm
- Procolombia. (2018). *www.procolombia.co*. Obtenido de Crece demanda de cacao en el mundo: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agricola/crece-demanda-cacao-en-el-mundo>
- Rainforest Alliance. (2018). *www.rainforest-alliance.org*. Obtenido de 2018 Rainforest Alliance Informe de Impactos Asociación, aprendizaje y cambio:

https://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/2018-03/RA_Impacts_2018.pdf

Rainforest Alliance. (24 de 02 de 2019). *rainforest-alliance.org*. Obtenido de rainforest-alliance.org: <https://www.rainforest-alliance.org/business/es/solutions/certification/agriculture/>

Rainforest Alliance. (24 de 02 de 2019). *rainforest-alliance.org*. Obtenido de rainforest-alliance.org: <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/work/agriculture>

Rainforest Alliance. (24 de 02 de 2019). *www.rainforest-alliance.org*. Obtenido de [www.rainforest-alliance.org](https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/careers): <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/about/careers>

Rincon, A. F., Mongui, J. M., & Luna, N. M. (2017). *repositorio.uniagustiniana.edu.co*. Obtenido de repositorio.uniagustiniana.edu.co: <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/156/1/SalgadoMongui-JohanManuel-2017.pdf>

Rodriguez, M. (Diciembre de 2016). *geoinnova.org*. Obtenido de geoinnova.org: <https://geoinnova.org/blog-territorio/iso-14021-ecoetiquetas/>

Rojas, F. (12 de Abril de 2019). Cacaoteros colombianos certificados Rainforest Alliance. (J. Velasquez, Entrevistador)

Simone, G. D. (s.d). *sites.google.com*. Obtenido de sites.google.com: <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/inicio>

Trade Map. (2019). *trademap.org*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c170%7c%7c%7c%7c18%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Vanguardia. (15 de marzo de 2009). El cacao de San Vicente de Chucurí será certificado. *Vanguardia*, pág. 1.

Vanguardia. (14 de Abril de 2010). Otras 57 fincas de cacao tienen certificación.

Vanguardia, pág. 1.

Vega, L. F. (2011). *repository.javeriana.edu.co*. Obtenido de *repository.javeriana.edu.co*:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9411/tesis501.pdf?sequence=1>

Zapata, G. O. (12 de 05 de 2018). *el colombiano*. Obtenido de *el colombiano*:

<https://www.elcolombiano.com/antioquia/sello-verde-una-etiqueta-que-marca-la-diferencia-AF8689736>