



## GUÍA 10: Guía#10: Comercialización del cacao

---

# Presentación

---

## Presentación

La comercialización es el aspecto más complejo en todo el proceso de producción de cacao. Esta fase preocupa tanto a productores individuales, como a los grupos organizados y a organizaciones. Según la mayoría la comercialización es la fase de mayor preocupación año con año.

En la fase de comercialización, los que más preocupan, son el acceso al mercado, la demanda, las exigencias de calidad, el precio de venta, las formas de pagos y los tipos de relaciones que se establecen entre los diferentes actores durante la comercialización.

La presente guía tiene por objetivo apoyar a las productoras y productores de cacao y sus organizaciones para que desarrollen acciones de comercialización de manera eficiente para obtener resultados satisfactorios

La guía aborda temas críticos relacionados con el proceso de comercialización para facilitar procesos de aprendizaje grupal con los líderes de organizaciones, técnicos, promotores y las familias cacaoteras

## Temas claves para aprender

### La comercialización

### ¿Qué es la comercialización?

La comercialización es un conjunto de actividades desarrolladas por productores, organizaciones, empresas e intermediarios con el fin de facilitar la venta de un producto. Es el intercambio o trueque que se realiza cuando una persona desea adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero.



Es uno de los eslabones de mayor importancia en la cadena de valor del cultivo del cacao.



La comercialización es el aspecto más complejo en todo proceso de la producción del cacao..

Abarca desde el transporte, la distribución, la negociación y la venta realizada por diferentes operadores como empresas, intermediarios y cooperativas.



En este proceso están los servicios operacionales que son servicios para mejorar el funcionamiento de la comercialización, como las certificaciones, servicios de calidad, servicios de trámites de exportación, servicios de transporte y financiamiento.

Para regular y facilitar el proceso de comercialización, en los diferentes países de Centro América, las Alcaldías e instituciones del sector público, así como el Gobierno Central establecer impuestos y medidas de control de sanidad y calidad.

Todo este proceso se denomina **Comercialización**. Puede ser más sencillo o más complicado. Eso depende de la cantidad que un productor venderá, del tipo de cliente, de las exigencias de calidad, del precio de venta y de las formas de pago.

## ¿Qué condiciones se requieren para una buena comercialización?

Las certificaciones juegan un papel importante..

Para iniciar un proceso de comercialización, las familias productoras de cacao necesitan garantizar un volumen de producción de alta calidad. Deben tener registros de la procedencia de cada lote por variedad que permita seguir y comprobar que cumplieron con los requisitos, es decir, con la trazabilidad del producto.

Esto exige que los productores se organicen de manera sólida, transparente, eficiente y con capacidad para responder a las exigencias del mercado.



Hay que cumplir con varios requisitos incluyendo la trazabilidad..

En los mercados de alta calidad se pide que el producto final tenga un sello de certificación. Eso indica una responsabilidad con la protección del ambiente, uso de mejor tecnología y mayores ingresos.

En resumen, las organizaciones necesitan cumplir con:

- Altos rendimientos productivos por área.
- Infraestructura y equipos apropiados que brinden manejo adecuado durante el acopio del cacao.
- Personal altamente capacitado en el manejo del cacao en los centros de acopio.
- Estructuras organizativas eficientes y transparentes ante sus miembros y actores externos.
- Recursos financieros suficientes para acopiar el cacao.
- Estudios de mercados y planes de negocio.
- Sistema de control interno.
- Sistema de trazabilidad, o sea un registro del lote del cacao desde la producción hasta el beneficiado.
- Gestión de calidad del cacao durante todo el proceso.

¿Cuáles son los objetivos de la comercialización?



En todos los procesos de comercialización es necesario que desde el principio se definan los objetivos con el fin de obtener los mejores resultados.

Entre los objetivos a considerar están: que sea económicamente rentable de manera que garantice el desarrollo económico, social y ambiental de toda empresa, organización y las socias y socios. Es importante establecer relaciones comerciales de largo plazo y justas, de manera que permitan un flujo permanente en la compra y venta del producto, cumplir con los acuerdos establecidos en términos de tiempo y condiciones, para desarrollar relaciones de confianza y reducir el riesgo por la baja en los precios o pérdidas en el producto.

Es importante garantizar de manera permanente los estándares de calidad y cantidad. Esto implica hacer un mayor esfuerzo para cumplir con las buenas prácticas y la certificación de las mismas, de manera que el comprador reconozca la calidad del producto.

Reconocer como organización el cumplimiento de los principios de transparencia, honestidad y comercio justo, proporcionando condiciones dignas a sus asociados, acceso de las mujeres, jóvenes y niños y respetar al medio ambiente.

## Ejercicios de afianzamiento

Elaborar una estructura de costos de comercialización del cacao e identificar el precio del producto

### Objetivo:

Desarrollar habilidades en la elaboración de estructuras de costos para la comercialización del cacao.

### Materiales a utilizar:

Información base de una cooperativa de productores que comercializan el cacao. Procedimiento

### Paso 1.

Realizar una visita a un centro de acopio de una cooperativa de productores que comercializan el cacao.

### Paso 2.

Entrevistarse con las personas encargadas de manejar la comercialización del cacao para elaborar la siguiente información utilizando formularios u hojas de toma de datos:

- Descripción del producto que se comercializa: tipo de cacao, calidad, presentación.
- Descripción del proceso “industrial” para la obtención del producto a comercializar:
- métodos y actividades realizadas, insumos utilizados, capacidad de producción e identificación de equipos e insumos utilizados.
- Estimación de los costos fijos de comercialización para todas las etapas del proceso tomando en cuenta las construcciones, equipos, herramientas, vigilancia, administración, comunicación, alquileres, mantenimiento, limpieza y depreciación de equipos.
- Estimación de costos variables para todas las etapas de comercialización incluyendo salarios de operarios, insumos, energía y combustible.
- Resumen de los costos totales incluyendo costos fijos y costos variables para la producción total de un lote o de un período.



Se entrevista a las personas encargadas de manejar la producción y comercialización...

### Paso 3.

Hacer una reflexión grupal y análisis utilizando las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el costo unitario del producto?
- ¿El precio por quintal calculado es razonable económicamente para la organización?
- ¿Cuál podría ser un precio razonable del producto en el mercado?
- ¿El precio por quintal de cacao calculado es competitivo con el precio en el mercado?
- ¿De qué manera se podría establecer un precio con mayor competitividad en el mercado?



Reflexión grupal y análisis...

## Preparar la oferta de un producto



### **Objetivo**

Redactar de manera sencilla y directa una oferta de producto para los clientes.

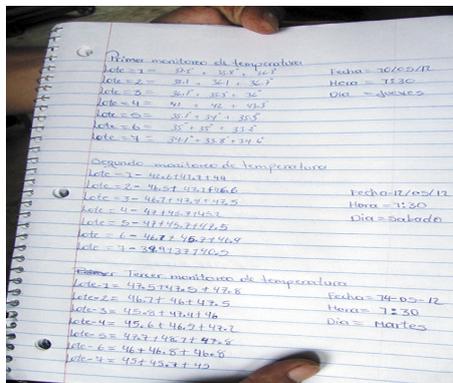
### **Materiales**

Información base de una cooperativa de productores que comercializan el cacao.

# Procedimiento

## Paso 1.

Elaborar de la narrativa de la oferta. Desarrollar un escrito de no más de 4 páginas con la siguiente información para el cliente:



Descripción de la organización

- Descripción de los productores
- Descripción de la zona
- Descripción del producto
- Tiempos y períodos de cosecha
- Ventajas del producto por ser certificado orgánico
- Oferta mensual o anual en quintales o toneladas métricas
- Precio del producto en base al cálculo de producción
- Datos de duración de la oferta
- Es bueno incluir fotos de la zona y del cacao
- Datos generales de la organización y su estatus legal
- Firma del representante legal

## Paso 2.

- Preparar una muestra de cacao a comercializar:
- La muestra debe ser de la misma calidad del producto que se oferta.
- La muestra de cacao debe ser representativa del lote.
- La muestra debe tener el peso de 1 a 2 kilogramos.
- La muestra debe ser empacada y enviada en en bolsa de papel o yute con etiqueta. Nunca en bolsas plásticas.
- Las bolsas de las muestras deben ser enviadas en un caja de cartón.



Se debe tomar en cuenta las exigencias de los compradores para así preparar la muestra.

No se debe enviar muestras si el producto no reúne las características aceptables en el mercado.

También se debe recordar que el cacao es una semilla muy sensible y absorbe muy rápido otros sabores y aromas, por lo que se recomienda

No enviar muestras que han estado almacenadas con otros productos como frutas o verduras.