
Análisis de la posible denominación de origen del cacao de Tabasco y sus implicaciones

Yadira Aydeé Díaz Hernández¹

Pablo Pérez Akaki²

El cacao es un símbolo de la cultura y de la economía mexicana. Se trata de las semillas del fruto de una planta tropical del mismo nombre, domesticada por las culturas prehispánicas mesoamericanas, al cual se le llamó «alimento de los dioses» pues se decía que la bebida que con ella se preparaba, sólo estaba destinada a ellos. Cuenta la leyenda que fue Quetzalcóatl quién bajó del reino de los dioses una planta, la cual robó a sus hermanos, la plantó en los campos de Tula y pidió a Tláloc que alimentara a la planta con lluvia y a Xochiquetzal que la adornara con flores. La planta creció convirtiéndose en árbol y cuando estuvieron listos sus frutos, Quetzalcoatl hizo tostar el fruto para enseñar a las mujeres a mezclar con agua y convertirlo en chocolate. Era tan apreciada esta bebida que sólo los sacerdotes y los nobles podían beber de ella (García, 1994).

Cuando los españoles conquistaron a México, Hernán Cortés conoció el árbol de cacao y en seguida se dio cuenta de la importancia que éste tenía para el pueblo azteca, no solamente como un alimento, sino

también como moneda de cambio (Quiroz, 2014).

Se podría decir que la costumbre de beber chocolate entre los indígenas se incrementó con la llegada de los españoles, pues fue en ese momento cuando ya no se consideraría la bebida de los dioses, como lo hacían las culturas prehispánicas mesoamericanas, sino que su consumo se fue haciendo cada vez más mundano. Las personas lo bebían varias veces al día y al parecer no había distinción social por el hecho de beberlo. Además de la bebida, el chocolate también se llegó a incorporar como ingrediente en sofisticados platos de la comida novohispana, como el caso del mole, el que fue creado, dicen las leyendas, por monjas poblanas en el siglo XVII, en medio de aires barrocos, los que permearon todas las expresiones culturales novohispanas de ese momento (Quiroz, 2014).

El cacao fue aceptado rápidamente por los españoles, los cuales exportaron a su país los granos y la receta al rey Carlos V, cambiaron la receta, añadieron azúcar y calentaron los ingredientes para mejorar el sabor, teniendo como resultado el inicio del sabor del

¹ Egresada de la carrera de Economía en la FES Acatlán. Correo electrónico: ya_dihe@hotmail.com.

² Profesor de tiempo completo en el posgrado en Economía de la FES Acatlán y profesor invitado en la Universidad Olmeca. Correo electrónico: ppablo@apolo.acatlan.unam.mx.

chocolate que conocemos actualmente, y casi inmediatamente fue extendido a otros continentes (Ocampo, Ríos y Soria, 2015).

Actualmente el cacao se cultiva principalmente en África del Oeste, América Central, Sudamérica y Asia. Según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2011), en 2010-2011 los siete países principales en la producción del cacao eran Costa de Marfil (36%), Ghana (24%), Indonesia (10%), Nigeria (6%), Camerún (5%), Brasil (5%), Ecuador (3%), los cuales representaron el 90% de la producción mundial. Por su parte México se encontró en el 10% restante, ocupando el décimo primer lugar en producción.

Específicamente en México, los estados productores de cacao son Tabasco, Chiapas y Guerrero. Paradójicamente en Oaxaca, estado al que se vincula fuertemente con el chocolate, no se registra producción agrícola del cacao. El principal estado productor de cacao fue Tabasco, representando el 61.5% de la producción anual para el 2011, el 66.4% para el 2012 y el 66.6% para el 2013, de acuerdo con las cifras del SIAP de SAGARPA.

1. Las cadenas globales de mercancías del cacao de México

Por denominación de origen (DO) se entiende el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo tanto los factores naturales como los humanos (SE, 2010). En otras palabras, la DO es un símbolo asignado a los bienes que tienen un origen geográfico específico y poseen cualidades o fama atribuibles exclusivamente a ese lugar (Rodríguez, 2005).

La DO forma parte de la cultura, es construida histórica y socialmente, evoca tradiciones y geografías, así como sabores y conocimientos locales que en circunstancias pueden correr el riesgo de ser desapa-

recidos por la producción industrial masiva. Es por esa razón, que los productos con Denominaciones de Origen representan tradición y autenticidad. Es decir, los bienes con una DO se identifican con la historia y costumbre de una región y los consumidores al demandar estos productos se apropian de sus cualidades distintivas tanto del producto como de la región donde se produce (Rodríguez, 2005).

Las cadenas globales de mercancías (CGM) se definen como el conjunto de acciones que se establecen en la producción y comercialización de un bien. Por eso la importancia de usar las CGM para el análisis de la DO pues facilita el estudio de los procesos de producción, comercialización y consumo, así como la manera en la que se comportan los diferentes niveles de la misma cadena (Pérez, 2014).

Según Gereffi (1999), el análisis de las cadenas globales de mercancías puede realizarse mediante cuatro dimensiones; la estructura de los flujos de entrada y salida de mercancías, que permite definir las características de las mercancías comercializadas; en segunda instancia la cobertura geográfica, la cual permite el estudio espacial de los procesos de producción de los mercados de consumo; seguido de la estructura interna de control o gobernanza, donde se llevan a cabo las relaciones a través de las cuales los actores clave crean y transforman las actividades; el marco institucional, por su parte, hace referencia a la manera en la que es ejercido el control por parte de los actores que participan dentro de la cadena de mercancía (Pérez y Echánove, 2006). En otras palabras, se agrupan dentro de cuatro esferas los procesos de comercialización del producto o bien, así como la cobertura geográfica de consumo del mismo, sin dejar de lado las normas institucionales y actores reguladores, marcando el poder y liderazgo que cada uno tiene sobre los demás.

2. Análisis de las cadenas globales de valor del cacao de México

2.1. Flujo de mercancías

a) Caracterización y análisis de la cadena de cacao

El cacao (*Theobroma cacao L.*) es una planta tropical originaria de la región amazónica y domesticada por las culturas prehispánicas mesoamericanas, el fruto de cacao es un producto alto en nutrientes, inclusive la cáscara de cacao se utiliza como composta por su alto contenido en nutrientes, además cuenta con omega 3, el uso que se le da va desde alimento o bebidas para lo que se utiliza el cocoa que es cacao en polvo, hasta realización de cosméticos que se extraen de la manteca. Principalmente existen tres tipos de árboles de cacao:

- Forastero, es el más conocido representando 90% del cacao producido en el mundo. Se encuentra en África del Oeste y Brasil.
- Criollo, es el cacao más fino y con aroma, cultivado principalmente en el Caribe, Venezuela, Nueva Guinea Papua, las Antillas, Sri Lanka, Timor Oriental y Java.
- Trinitario, es un cruce entre el criollo y el forastero.

En México, específicamente para la Unión Nacional de Productores de Cacao (UNPC) ubicada en Cárdenas, Tabasco, que es el principal productor nacional de cacao, estos son los principales tipos de cacao que se utilizan, resaltando al criollo como el cacao de mejor calidad, sin embargo es el mismo que tiene un menor rendimiento (Díaz, 2016).

Además, la UNPC cuenta con jardines propios para la clonación y mejora genética de cacao, donde se recolectaron cacaos de calidad de diferentes tipos en diferentes países y se realizaron mejoras genéticas con las mezclas de estos, y para el 2016 ya se cuenta con cinco diferentes tipos de clones de cacao, contando con la supervisión y certificación del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), los cuales ya están adaptados esperando

producción. Con la implementación de estos tipos de cacao, se ayuda a tres mejoras principalmente: reducción del tiempo de la primera producción de los árboles bajado de 7 a 3 años, se florece desde el tallo hasta la punta aprovechando al máximo el árbol, y en el caso de que el árbol adquiera hongo (moniliasis) éste solo abarcará una parte de los frutos debido al aumento de flora que este tiene; todo esto tiene un efecto positivo para los productores de cacao.

De acuerdo con el Programa Estratégico de Necesidades de Investigación y Transferencia de Tecnología para la Cadena de Cacao en Tabasco 2003, la cadena global de valor se constituye de las fases de producción primaria, beneficio, industrialización y consumo tanto del cacao como de sus derivados. Consecutivamente, la comercialización complementa este encadenamiento. Las principales características de los principales procesos que integran la cadena cacaotera se describen a continuación:

- Proceso agrícola
La recolección de cacao consta de ciclos de 6 meses, para el estado de Tabasco estos ciclos a su vez se subdividen, el periodo de octubre a enero es la temporada fuerte donde recolectan cerca de 2,000 toneladas, por su parte en febrero y marzo es un lapso de no recolección, esto debido a cuestiones de clima que retrasan la maduración del cacao.
- Proceso de beneficio del cacao
Este proceso es el que provee al cacao de las cualidades óptimas que se requieren para su comercialización, convirtiéndolo en una materia prima conservable, transportable y apta para su transformación industrial. Dicho proceso consiste en operaciones de fermentación, secado, clasificación y envasado del grano. Todo esto se realiza en plantas beneficiadoras instaladas en las regiones cacaoteras, en Tabasco se lleva a cabo en una importante proporción en la UNPC.

- Proceso de industrialización**

En México, la industrialización del cacao se realiza por pequeñas, medianas y grandes empresas. El bien final que se obtiene del proceso de industrialización no sólo es el chocolate, aunque es el principal, sino que también se obtienen bienes de consumo intermedio como lo son el licor o pasta del cacao, cocoa, manteca de cacao y coberturas. La UNPC cuenta con una industria regional llamada Industrializadora de Cacao de Tabasco, S.A. de C.V. (INCATABSA), la cual permite cubrir las necesidades del mercado regional (Claridades Agropecuarias, 2005).
- Proceso de comercialización**

Este proceso integra dinamismo a la cadena, agregando utilidades de espacio, tiempo y forma al producto. Dicho proceso se caracteriza por la relación entre los proveedores de la materia prima y los industriales del cacao. Para 2005, 55% de la producción nacional de cacao fue comercializada nacionalmente por Nestlé, Azteca S.A. y Corona.
- Proceso de comercialización internacional**

Es en este eslabón donde se realiza la circulación del cacao en el mundo. Entre los países con mayor número de comercialización de su cacao se encuentran Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria, Camerún, Ecuador. Como producto final, el chocolate derivado del cacao, es el sector más fuerte en el ámbito cacaotero y las empresas chocolateras son las que cuentan con un mayor mercado, las empresas líderes en la fabricación de chocolate mundialmente son Mars (EE.UU.), Nestlé (Suiza), Hershey (EE.UU.) y Cadbury (Reino Unido) (Kaplinsky, 2004).

En la Figura 1 se muestra la estructura de los procesos de la cadena del cacao.

Figura 1. Procesos de la cadena del cacao



Fuente: Elaboración propia

b) Distribución de los ingresos

Los precios distribuidos en nivel productor, exportador e importador en general se encuentran de menor a mayor en el orden dado, el precio de productor es el más bajo seguido por el precio de exportación y estos dos primeros seguidos por el precio de importación. En la Figura 2 se observa los promedios de los países más significativos con mayores exportaciones e importaciones.

Se observa en primer momento que los precios de importador y los de exportador por arriba de

los precios de productor. Desde el año 1991 hasta el año 2013 se observa que el precio importador siempre se encuentra por arriba del precio exportador, ya sea en menor cantidad, como es para el año 2001 que el precio importador se encuentra arriba con sólo el 0.08% del precio exportador o en mayor cantidad, como es el año 1991 que el precio importador se encuentra 27% por arriba del precio exportador, con excepción del año 2002 que a diferencia de los otros años, el precio importador, aun siendo muy poco significativo, se encontró ligeramente por debajo del precio exportador teniendo un precio promedio de \$1,578.81 dólares por tonelada precio exportador y \$1,577.29 dólares por tonelada precio importador.

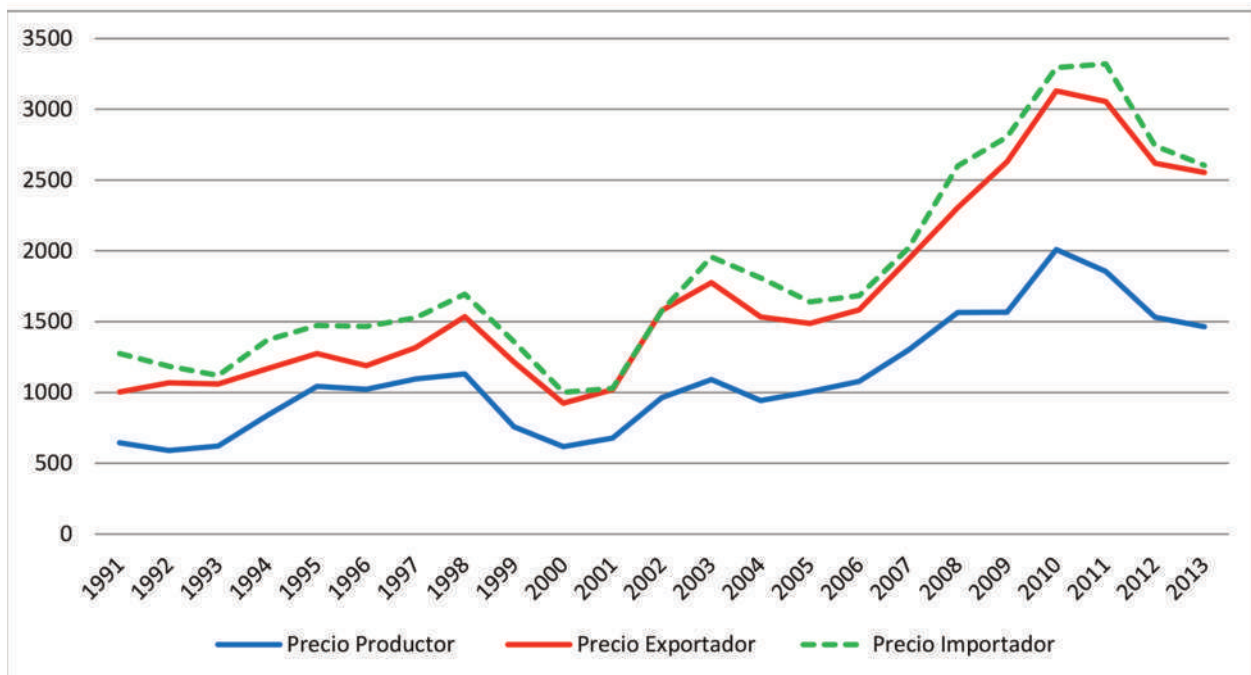
El chocolate como derivado del cacao es un producto con un extenso mercado actualmente y es un negocio que abastece de grandes ganancias a las grandes empresas productoras de este producto final. Para 2014 las ventas mundiales de bienes de chocolate alcanzaron los cien mil millones de dólares. Es decir, la

venta de chocolate o en específico las grandes empresas de chocolate compiten por precios cada vez más altos, lo cual no ocurre con los productores de cacao, sino que por el contrario, estos productores soportan cada vez menores ingresos: cultivadores de cacao reciben aproximadamente el 6% del precio que los consumidores de los países ricos pagan por el chocolate (MCF, 2016).

Además, las consecuencias de la volatilidad de los precios junto con el aumento de los costos de producción, trae como resultado la inseguridad económica y el empobrecimiento de millones de productores de cacao pues muchos agricultores no pueden cubrir sus costos de vida por los ingresos limitados, es decir, los productores de cacao y sus familias son los perdedores en una industria lucrativa de cacao y el chocolate (MCF, 2016).

Los bajos ingresos y la inseguridad de los agricultores conducen a graves problemas sociales y ambientales. Los agricultores dejan de invertir en sus

Figura 2. Tendencia de precios 1991- 2013



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT 2016.

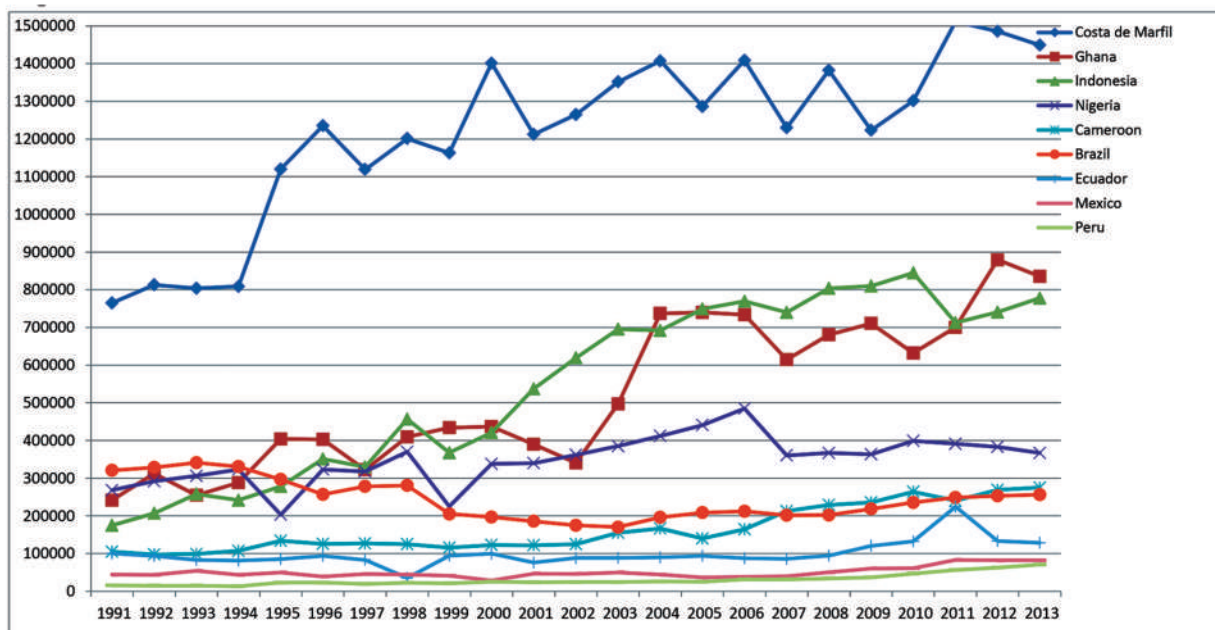
fincas, cortan los salarios, no pueden proporcionar a los trabajadores condiciones de trabajo adecuadas, y en el peor de los casos son propensos a utilizar mano de obra infantil. Con la esperanza de aumentar sus ingresos ponen más tierra a la producción de cacao, a

menudo a expensas de la agricultura sostenible, ecológica y diversificada.

2.2. Cobertura geográfica

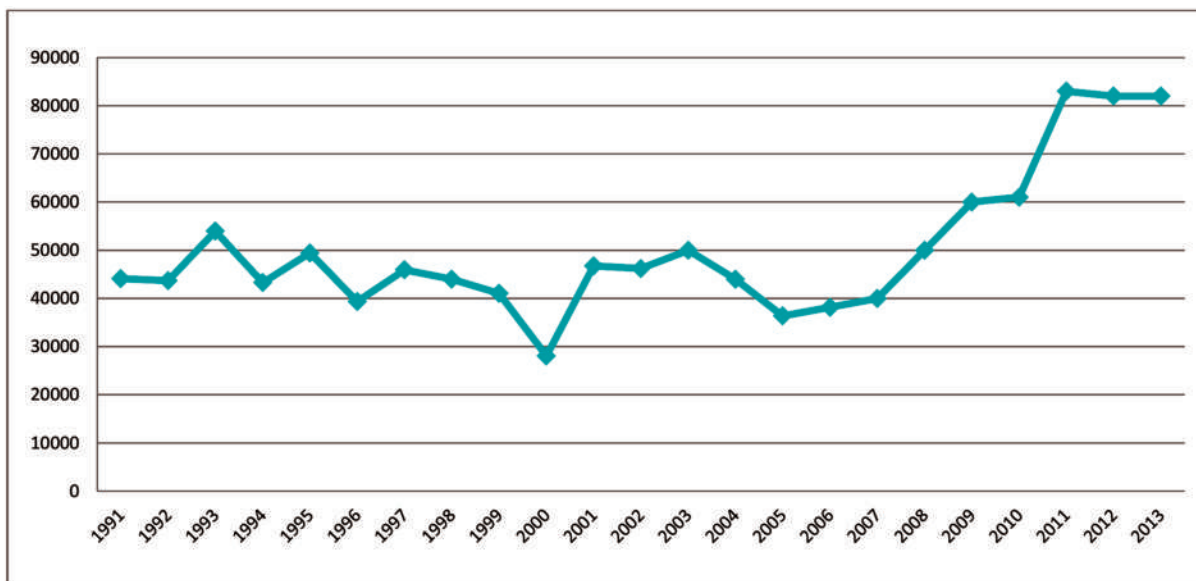
a) Producción mundial

Figura 3. Producción de cacao (toneladas)

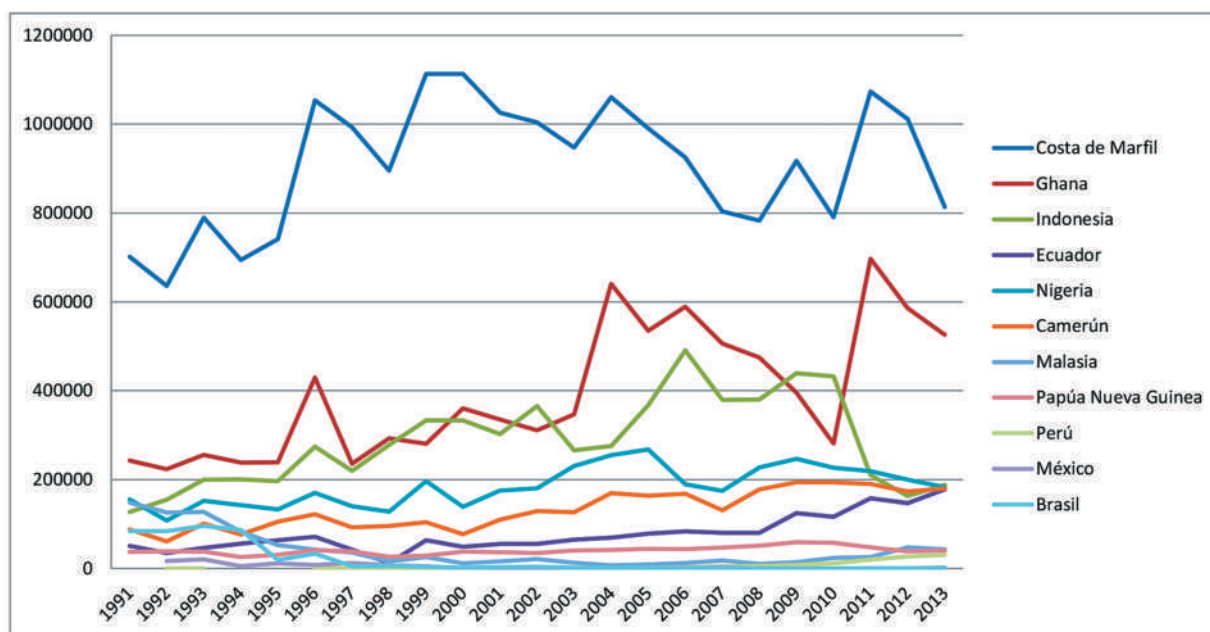


Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2016.

Figura 4. Producción de cacao en México



Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2016.

Figura 5. Exportaciones mundiales (toneladas)

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2016.

La producción del cacao en el mundo está limitada a pocos países, además que no siempre ha tenido el mismo comportamiento. En la Figura 3 se muestra el comportamiento que ha tenido la producción del cacao de 1991 a 2013, en los principales países productores de cacao.

b) Producción nacional

En la Figura 4 se muestra el desempeño que ha tenido México con respecto a la producción de cacao, observando que desde 1991 se ha mantenido relativamente constante la producción, hasta en el año 2000 cuando se observa una caída significativa, y a partir del 2005 se fue a la alza, logrando para 2013 una producción de 82,000 toneladas, igualando el número de 2012, pero por debajo del 2011.

c) Exportaciones mundiales

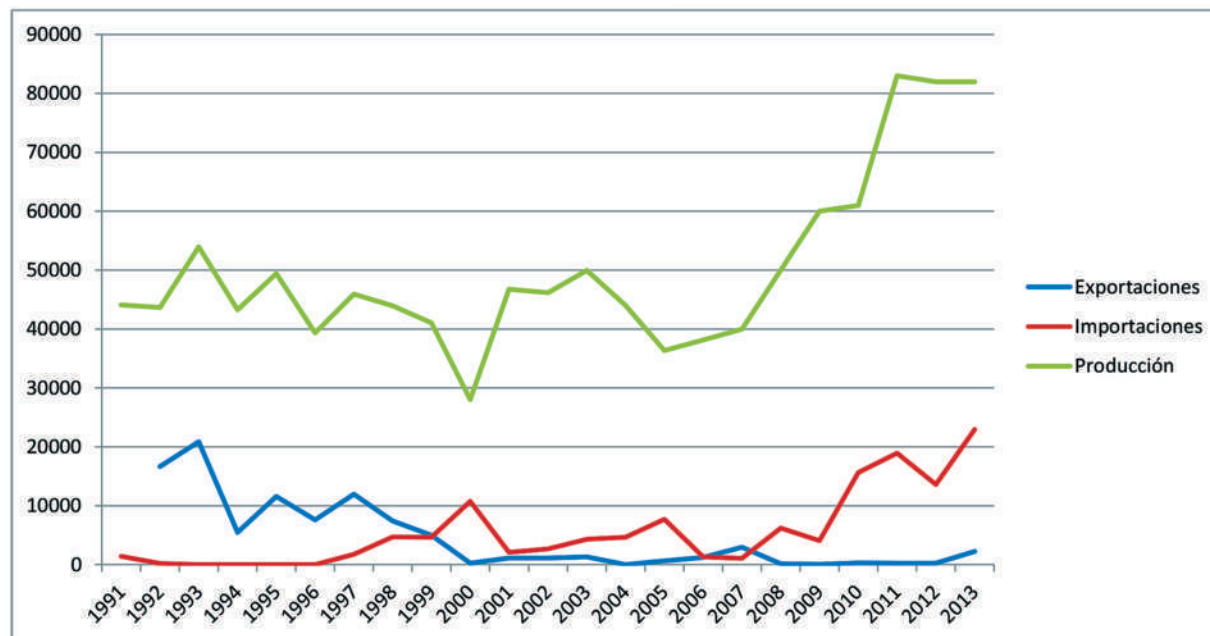
Las exportaciones en su mayoría corresponden con el nivel de producción de cada país, a mayor producción, mayor es el grado de exportaciones. Sin embargo, hay

excepciones. En la Figura 5 se observa el volumen de exportaciones de los países más representativos de 1990 a 2011. En el caso particular de México, las exportaciones son muy pequeñas, teniendo para 2011 apenas 238 toneladas, ocupando el lugar 46 en exportaciones a nivel mundial.

d) Importaciones mundiales

En la Figura 6 se muestran los países importadores más representativos, los cuales en su mayoría son países donde no producen cacao a excepción de algunos como Malasia y México. En la Figura 7 incorporamos las exportaciones e importaciones y la producción histórica del cacao en México para observar el comportamiento y la relación existente entre estas variables.

Las importaciones se encuentran con una tendencia creciente por arriba de las exportaciones desde 1999 las cuales han mantenido una tendencia relativamente constante mucho menor que de los años 90. Por otro lado la producción nacional se encuentra muy

Figura 6 Importaciones mundiales (toneladas)

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT 2016.

por arriba de ambas y con una tendencia muy parecida a la de la producción.

2.3. Análisis de la gobernanza

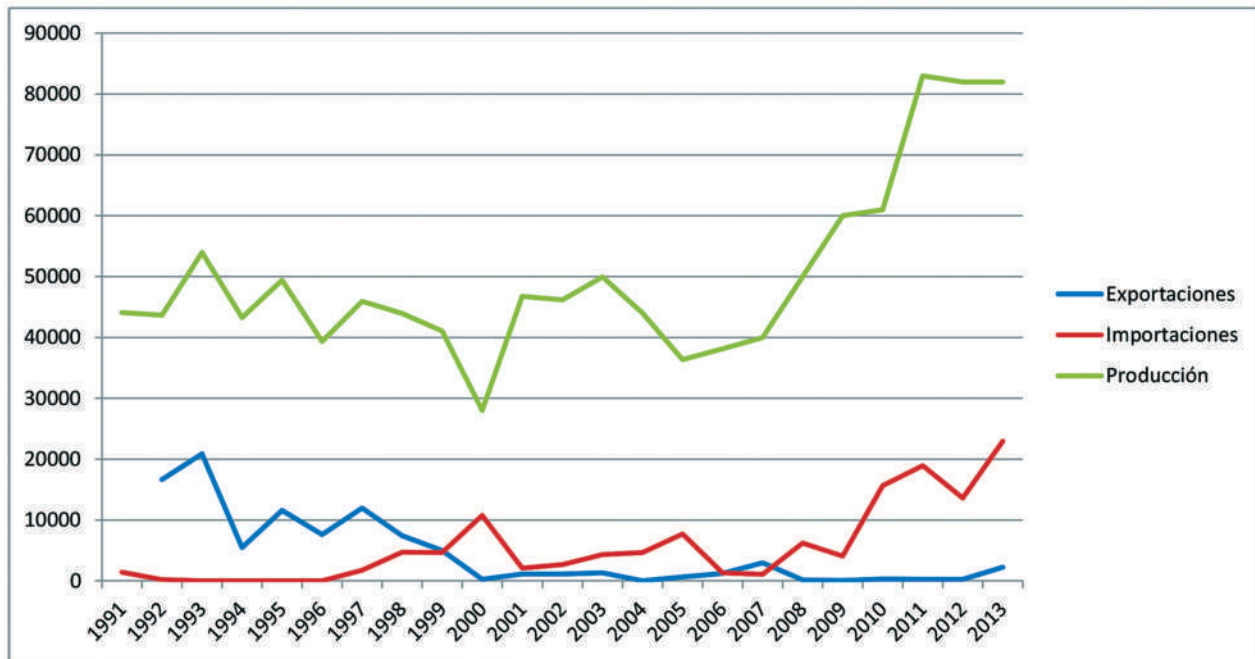
En un estudio realizado por Kaplinsky (2004), antes de los programas de ajuste estructural de 1990, la gobernanza del cacao estaba liderada principalmente por empresas paraestatales de comercialización de diversas formas, y se limitó a aquellas actividades de la cadena antes de la exportación de granos. Sin embargo, el papel de estas paraestatales comenzó a erosionarse por la creciente importancia del mercado de futuros y por el incremento en la importancia de las tecnologías de procesamiento de información y transporte.

La gobernanza de cacao después del ajuste estructural se caracteriza por un poder de mando de dos polos. Un polo surge del concentrado entre los comercializadores internacionales, que cada vez tienen mayores operaciones en la producción de los países consumidores, y en muchos eslabones de la cadena; el segundo polo y el más grande son las grandes fá-

bricas de chocolate (Kaplinsky, 2004).

El chocolate es uno de los principales y mayor derivado del cacao, además que cuenta con un gran mercado, los seis mayores fabricantes de chocolate se estima que constituyen alrededor del 60 a 70% del mercado mundial. En especial se cree que el mercado de Estados Unidos tiene una mayor concentración en el mercado de la fabricación de chocolate, con las tres primeras empresas al mando del mercado, con una participación de alrededor del 60%. Las empresas líderes en la fabricación de chocolate mundialmente son en orden descendente: Mars (EE.UU.), Nestlé (Suiza), Hershey (EE.UU.) y Cadbury (Reino Unido) (Kaplinsky, 2004).

Entonces el poder de mando de la cadena de cacao se identifica en las marcas, especialmente de las empresas fabricantes de chocolate, que abarcan un mayor número de cacao para la producción de este derivado y cuentan con una concentración amplia del mercado a nivel mundial. Estados Unidos es el principal país que cuenta con una mayor concentración de

Figura 7 Producción, exportación e importación en México (toneladas)

Fuente: Elaboración propia con datos de FAOSTAT y SIAVI, 2016.

mercado, teniendo a su creación dos de las marcas con más renombre y producción de chocolate, que además busca seguir manteniéndose en tal posición. Como muestra en el mes de abril del 2016 se dio a conocer que la firma MARS, chocolatera de Estados Unidos es ahora la propietaria de los chocolates Turín, al comprar esta firma mexicana de renombre.

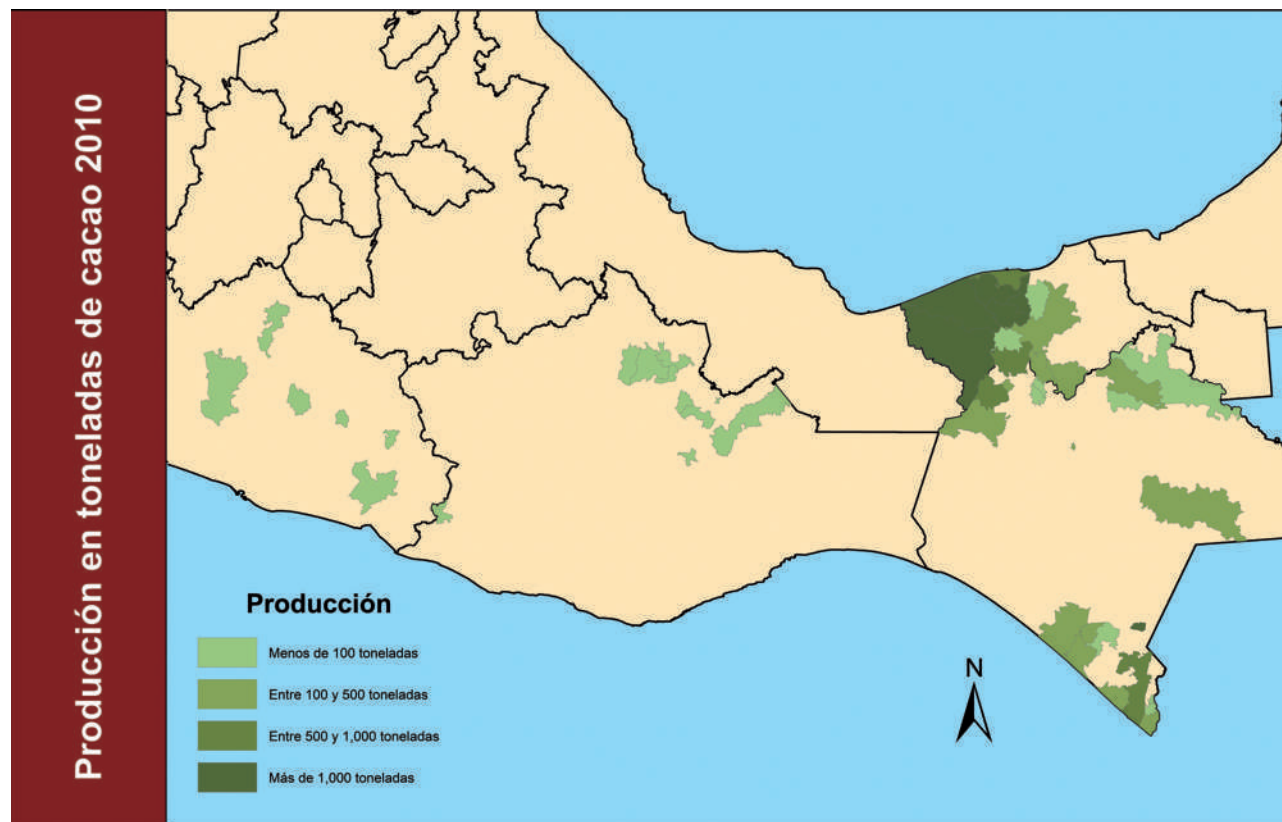
2.4. Marco institucional

La Norma Mexicana NOM-186-SSA1/SCFI-2002, Cacao, productos y derivados, establece que los productores de este bien deben observar que las sustancias empleadas para la eliminación de plagas cumplan las especificaciones establecidas en el catálogo oficial de plaguicidas vigente, emitido por la Comisión Intersecretarial para el Control del Proceso y Uso de Control del Proceso y Uso de Plaguicidas, Fertilizantes y Sustancias Tóxicas (CICOPLAFEST). Además se debe aplicar la Norma NOM-120-SSA1-1994, la cual establece las buenas prácticas de higiene y sanidad que deben observarse en el proceso de alimentos, bebidas

no alcohólicas y alcohólicas. El tostado debe realizarse a una temperatura que fluctúe entre 121 y 220°C, con el fin de asegurar la eliminación de microorganismos patógenos. Las temperaturas anteriores podrán modificarse si existe un sistema alternativo que asegure la inocuidad del producto.

Para la producción de chocolate, la leche y los productos lácteos utilizados en su elaboración deben ajustarse a las especificaciones establecidas en las normas NOM-184-SSA1-2000 y NOM-185-SSA-2000, las cuales establecen las especificaciones sanitarias que deben cumplir la leche, fórmula láctea y producto lácteo combinado, y las especificaciones sanitarias que deben cumplir la mantequilla, las cremas, el producto lácteo condensado azucarado, los productos lácteos fermentados y acidificados, y los dulces a base de leche. Además, el productor o fabricante de los productos debe establecer mecanismos de control que permitan determinar la presencia y cantidad de metales pesados y metaloides en las materias primas, en el producto en proceso de elaboración o en el producto ter-

Figura 8 Producción de cacao en México, 2010



Elaboración propia con datos de SIAP, 2016.

minado. La información generada debe estar a disposición de la Secretaría cuando ésta así lo requiera.

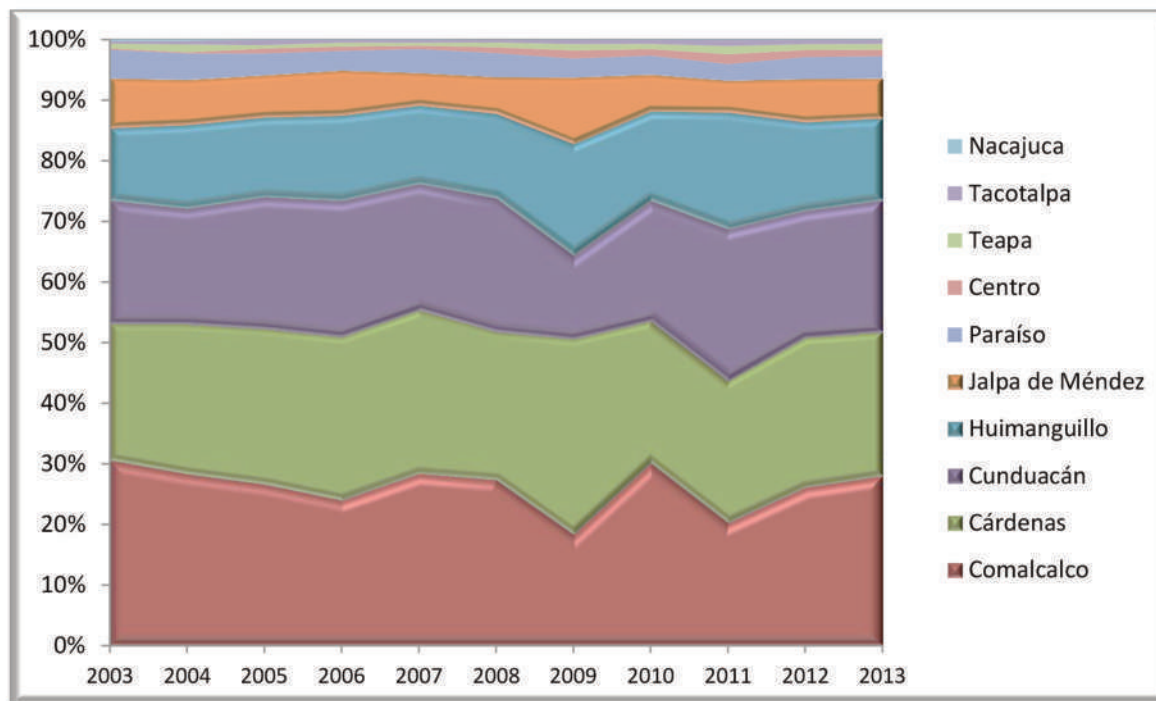
3. Análisis de la propuesta de la Denominación de Origen Cacao Tabasco y sus implicaciones

El estado de Tabasco cuenta con las condiciones idóneas para la producción de cacao por su suelo, clima y humedad, condiciones muy parecidas a la amazona de Brasil, y el cacao que se produce en esta región es de alta calidad, tiene una mayor acidez, mayor sabor y alto contenido de omega 3, en otras palabras en Tabasco se produce un cacao de alta calidad, además de tener el papel principal como productor de cacao respecto al total de la producción nacional.

Específicamente en México, los estados productores de cacao son Tabasco, Chiapas y Guerrero (Oaxaca hasta el 2011). El principal estado productor

de cacao es Tabasco, representando el 61.5% de la producción anual para el 2011; el 66.4% para el 2012 y el 66.6% para el 2013 (SAGARPA, SIAP). En la Figura 8 se puede observar la concentración de los estados cacaoteros con los municipios de mayor producción de cacao y en la Figura 9 se observa el porcentaje que ocupa cada municipio en la producción de cacao en Tabasco.

Se observa la magnitud de la participación del municipio de Comalcalco en el sector cacaotero, seguido por Cárdenas y Cunduacán. De la misma forma se observa que en el transcurso del tiempo, para éstos mismos municipios se ha reducido la producción de cacao como es el caso de Comalcalco que para 2013 disminuyó en casi 50% de su producción respecto al 2003; contrario a Huamanguillo donde ha aumentado aunque en menores cantidades.

Figura 9 Producción de cacao en Tabasco

Fuente: Propia con datos del SIAP, 2016.

3.1. El intento de lograr la DO Cacao Tabasco

En el año 2012, el gobierno de Tabasco, a través de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesca (SEDAFOP), inició los trámites para la obtención de la Denominación de Origen del Cacao. Sin embargo dicha petición no procedió por el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), por razones principalmente de insuficiencia en el soporte de la propuesta, esto en palabras del licenciado José Monjarás, subdirector de servicios legales registrales e indicaciones geográficas del IMPI.

En paralelo, en palabras de Daniel Díaz, miembro de la UNPC, se intentó avanzar con una marca registrada como cacao de Chontalpa, pero tampoco hubo éxito en la misma. La UNPC no ha intentado buscar nuevamente una Denominación de Origen porque no se cuenta con un mecanismo de separación y clasificación del origen y las características del cacao, lo que impide tener un grano específico de alguna región de origen (Díaz, 2016).

3.2. Importancia de la Denominación de Origen Cacao Tabasco

Como se ha mencionado en los capítulos anteriores, de manera idealizada, una Denominación de Origen puede traer consigo una serie de efectos que sean capaces de dinamizar la economía de la región, siendo más competitiva al lograr una mayor reputación del producto.

a) Aspectos culturales y sociales

Tabasco es considerado como la tierra del cacao, que transformado en chocolate conquistó al mundo, los mayas y olmecas fueron las primeras culturas en saborear en forma de bebida las semillas del cacao, las cuales eran molidas y mezcladas con agua, desde este momento estas culturas prehispánicas dejaron la huella de lo antiguo de sus tradiciones y costumbres. Además el cacao era utilizado como moneda en las transacciones, y era así como se llevaban a cabo actividades comerciales que soportaban la economía de la cultura prehispánica (*El Conocedor*, 2015).

El consumo de cacao es una de las costumbres más remotas en México, el cacao no fue meramente una golosina, como se podría considerar actualmente en su preparación de chocolate, sino desde principalmente los siglos XVII y XVIII, formaba una bebida para fortalecer tanto a sanos como enfermos porque devolvía fuerza, equilibrio y longevidad al cuerpo, de hecho algunas personas lo bebían para estimular el trabajo nocturno y la llamada lucidez burguesa. Además de que se utilizaba como refresco y sustento de los viajeros, en su presentación de pozol, «bebida de indios» compuesta de cacao y maíz con algunos otros ingredientes con los que se hace una masa blanca que bebían en agua fría o caliente (Quiroz, 2014).

Actualmente el cacao es un producto apreciado en los países fabricantes de chocolates, especialmente el cacao de Tabasco es reconocido por su calidad, características organolépticas e inigualable sabor, además de ser el estado que mayor producción tiene en México, por ejemplo, en Tabasco se produce un cacao blanco marfil, que es un cacao fino, específicamente en la Hacienda Cacaotera Jesús María localizada en el municipio de Comalcalco.

La diferenciación del producto, es lo que se busca con una DO y, uno de los aspectos fundamentales es el cultural, no sólo se vende el producto, detrás de él vienen su historia, tradición y hasta creencias, que de cierta forma le da un toque especial y único al producto.

b) Aspectos económicos

México ocupa el décimo primer lugar en producción mundial de cacao y Tabasco es el primer estado en producción de cacao en México, representando el 66.6% del total anual para el 2013 según los datos del SIAP. Con estos números Tabasco es también históricamente la tierra de origen del cacao, por lo que debería ser el primer representante de México para el mundo en la producción de este bien.

Además de una reactivación en la economía

local, la aprobación de una DO representaría una derrama económica hacia otros sectores como el turismo y la gastronomía. Por ejemplo, las rutas de cacao que se realizan en algunas fincas de los municipios de Tabasco como Chontalpa, son sin duda una invitación a conocer la historia y cultura del cacao lo que incentiva cada vez a las personas a realizar esta experiencia. Esto trae como resultado una dinamización en el sector de turismo.

Otro ejemplo es El Festival del Chocolate del Edén que se realiza en el Parque Tabasco, evento que impulsa a su vez a las rutas antes mencionadas y a la gastronomía, generando también una derrama económica en este sector. El chef Aquiles Chávez, participante en este evento hizo mención sobre su importancia el cual es reconocido en el Salón del Chocolate en París, pues eventos de este tipo trascienden más allá de la región, del estado, e incluso del país.

Entonces, la obtención de una Denominación de Origen representaría dinamización en la economía de la región además de fortalecer los vínculos con el mercado internacional, incrementando las exportaciones y provocando mayores ingresos para los productores de la región, a la vez que su cacao tendría un mayor reconocimiento a nivel mundial.

4. Conclusiones

El cacao de Tabasco es un producto noble en su producción, de fácil comercialización porque es valioso, pero desafortunadamente cuenta con aspectos que dificultan su producción. Independientemente de las enfermedades que pueda adquirir, la UNPC, que es el principal ente que busca el progreso de la producción de cacao, el beneficio e identidad de los productores y la valoración del cacao no sólo como producto, si no como tradición y cultura, carece de los recursos suficientes para representar al sector agrícola e impulsar una DO.

Vale la pena destacar que una Denominación de Origen no es una herramienta mágica que resolverá

los problemas del sector agrícola de forma inmediata, sino que es conveniente se acompañe de políticas públicas justas que distribuya los beneficios de forma equitativa entre los participantes de las cadenas, además que promueva el desarrollo sustentable en las regiones de producción.

La UNPC en su intento de dinamizar la economía de la región y darle un mayor auge al cacao, ha buscado reactivar sus esfuerzos de integración hacia adelante, entre ellas la industrialización para la producción del chocolate Alteza y la certificación Kosher en sus bienes alimentarios.

La DO al cacao de Tabasco se logrará cuando pueda resolverse el problema de la trazabilidad del grano, con el apoyo y colaboración de los diferentes gobiernos (federal, estatal y municipal) hacia los productores de las regiones cacaoteras. Como ejemplo destacan las medidas que fueron tomadas por parte del gobierno ecuatoriano hacia los productores del Cacao Arriba, los cuales reactivaron hectáreas para la producción de cacao con árboles nuevos y tierras fertilizadas. Trabajando de la mano como en el caso ecuatoriano, productores y gobierno, se podría posicionar al cacao de Tabasco dentro de los más reconocidos a nivel mundial tanto por su historia, tradición y calidad.

Para muestra del potencial de Tabasco, se cita el cacao «blanco marfil» que se produce en algunas haciendas de algunos municipios de la Chontalpa, el cual tiene un valor muy alto en los mercados. Esto puede complementarse con la promoción del sector turístico y gastronómico de la región, lo que resultaría una gran derrama económica para los municipios productores de cacao en Tabasco, atrayendo cada vez más personas interesadas en conocer la historia, costumbres y procesos para la elaboración del cacao, así como la degustación de platillos típicos y tradicionales elaborados con cacao que no se ofrecen en otras entidades.

Este es sin duda un tema de interés social, cultural, turístico y económico y para reactivar y dinamizar la economía de la región se debe actuar a la par de

una Denominación de Origen, apoyando a los productores, dándole auge y abriéndole campo al mercado del cacao.

5. Bibliografía

- García Yanes, Mario. «El cacao: Origen, cultivo e industrialización en Tabasco», 1994.
- Gereffi, Gary, «The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks», Londres, Reino Unido, 1994.
- Kaplinsky, Raphael, «Competitions policy and the global coffee and cocoa value chains», UNCTAD, 2004.
- Make Chocolate Fair! (MCF!). Página Web: <http://makechocolatefair.org/>, 2016.
- Ocampo Brondo Elsy Giovanna, Ríos Barba Joana Itzel y Soria Luna Zaira Betsabe, «La Producción de Cacao en México», FCA/UNAM, 2012.
- Pérez Akaki, Pablo. «Efectos contradictorios de las denominaciones de origen en tres productos mexicanos: tequila, café y chile habanero», 2014.
- Pérez Akaki, Pablo y Echánove Huacuja, Flavia. «Cadenas globales y café en México», 2006.
- Quiroz, Enriqueta. *Circulación y consumo de cacao en la ciudad de México en el siglo XVIII*. SCIELO, México, 2014.
- Revista *Claridades Agropecuarias*, «El Cacao y Tabasco: Crónica de una Tradición», México, 2005.
- Revista *El Conocedor* «Tabasco: del cacao al chocolate». Octubre, 2015.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe. *La Denominación de Origen del tequila: pugnas de poder y la especificidad sociocultural del agave azul*. UNAM, 2005.
- SAGARPA, SIAP, 2016.
- Secretaría de Economía. Página Web: <http://www.gob.mx/se>, 2016.
- SIAMI, SE, 2016.