

OBSERVATORIO DEL CACAO FINO Y DE AROMA PARA AMÉRICA LATINA

INICIATIVA
latinoamericana
DEL CACAO
CAF BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA



EDITORIAL

El último trimestre del año 2019 terminó con la noticia de que los precios del cacao se recuperaron ligeramente, con una tendencia a seguir mejorando durante el 2020. Existe información de que los principales procesadores de cacao (industria del chocolate y derivados) están aumentando su demanda de producto, en especial, por un mayor consumo en mercados como el de Asia que, tradicionalmente, no había sido un fuerte consumidor.

Según información de Euromonitor, la venta *retail* de chocolate sigue creciendo y alcanzó el 2019 ventas por USD108 billones. La innovación en sabores, ingredientes y presentaciones ha marcado el éxito de ventas en esta categoría en los últimos años. La cosecha de Costa de Marfil se perfila bien y se esperan resultados similares a los del año anterior, por tanto, el déficit de 21.000 toneladas estimado por ICCO se debería más bien a la presión por el lado de la demanda de cacao. Si en el 2020 surgieran problemas asociados a variabilidad del clima o enfermedades en África, la escalada de precios podría ser mayor.

A pesar de este entorno con una perspectiva más positiva, América Latina como región deberá estar preparada para los retos que enfrenta en el futuro. En esta edición se vuelve a abordar el problema del Cadmio, presentando soluciones que ya son visibles y que requieren esfuerzos nacionales y regionales. Este no es, ni el primero ni el último de los problemas similares, por ello, el esfuerzo de ILAC por mantener espacios de colaboración regional.

El 2020 debe ser un año en el que la región pueda consolidarse como un

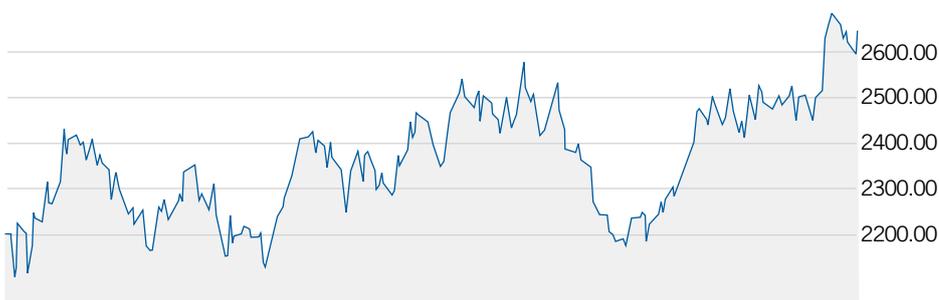
proveedor mundial de cacao fino y de especialidad. En nuestro criterio, vamos por buen camino, pero falta articular más y mejores esfuerzos para:

1. Consolidar una estructura de trabajo y cooperación regional.
2. Promover el mayor consumo nacional en nuestros países y el comercio dentro de la región.
3. Promover la consolidación de un verdadero mercado de cacao de especialidad, como sucede con el de café. Para ello el protocolo de análisis sensorial es una pieza clave y es el inicio de la educación del consumidor, para que demande una variedad de sabores y orígenes del cacao.
4. Promover mejores prácticas de producción que aumenten la productividad para mejorar la calidad de vida de los productores.
5. Promover mejores prácticas de producción que valoren la biodiversidad, no solo de las variedades de cacao, sino el entorno que la rodea.

Para la Iniciativa Latinoamericana del Cacao, el objetivo primordial es mejorar los ingresos y la calidad de vida de los productores de cacao de la región; para ello la ecuación debe incluir calidad y productividad. Como se ha mencionado en editoriales anteriores, debemos insistir en una estrategia de diferenciación con un catálogo de sabores especiales que solo esta región puede producir.

Giovanni Ginatta
gginatta@icloud.com
Observatorio del Cacao Fino de Aroma - ILAC

Precios internacionales del cacao *commodity* (noviembre 2018 - diciembre 2019) – USD por Tonelada



Fuente: Bloomberg 2019¹

Enero. 2020

Boletín N° 8

REGIONAL

Principales indicadores de países productores de cacao fino de aroma. Indicadores de producción por país **2**

Exportaciones de cacao en grano (Toneladas)

Exportaciones de cacao en grano (Miles de USD)

Interpretación de los niveles máximos de cadmio para cacao en polvo destinado a la Unión Europea

RECUADRO 1: El Cadmio en el cacao de América Latina y el Caribe: encontrando consenso para el apoyo efectivo a los productores **5**

PAÍSES

BRASIL: Cacao y chocolate fino, definiciones y tamaño del mercado **6**

RECUADRO 2: Ecuador: Marcas de certificaciones de calidad para cacao de exportación **8**

PERÚ: Proyecto Cacao Seguro para mitigación del cadmio **10**

PERÚ: Crecen exportaciones de cacao peruano al mercado de Asia **11**

MUNDO

Cacao de América premiado en los International Cocoa Awards 2019 **12**

RECUADRO 3: Los Chocolates *premium* y sus estrategias de Branding **13**

Innovación en sabores de chocolate **14**

Indonesia será sede de la quinta Conferencia Mundial del Cacao -2020 **15**

Agenda de eventos **16**

Principales indicadores de países productores de cacao fino de aroma

Indicadores de producción por país

PAÍS	Hectáreas cultivadas	Producción Total (toneladas métricas) 2018/2019	Productividad Promedio (Kg/Ha)	Número de Productores
 Bolivia	12.115	2.000	165	8.300
 Brasil	745.817	195.000	255	66.000
 Colombia	180.000	60.000	294	38.000
 Costa Rica	4.300	500	273	3.041
 Ecuador	573.316	298.000	620	150.000
 México	61.600	30.000	453	40.000
 Panamá	3.000	1.000	333	2.000
 Perú	150.000	120.000	700	90.000
 República Dominicana	150.912	75.000	477	40.000
 Trinidad & Tobago	4.000	500	125	1.500
TOTAL	1.885.060	782.000	-	438.841

Elaboración: Observatorio ILAC. Fuentes: Puntos Focales, International Cocoa Organization- ICCO²



- América Latina, por su posición geográfica, diversidad de ecosistemas y varios aspectos genéticos, está posicionada como el principal proveedor de cacao fino de aroma del mundo.



- De acuerdo con proyecciones de ICCO, para el período **2018-2019**, la producción de toda la región será cercana a las **825.000 toneladas**, siendo los principales países productores **Brasil, Colombia, Ecuador y República Dominicana**.

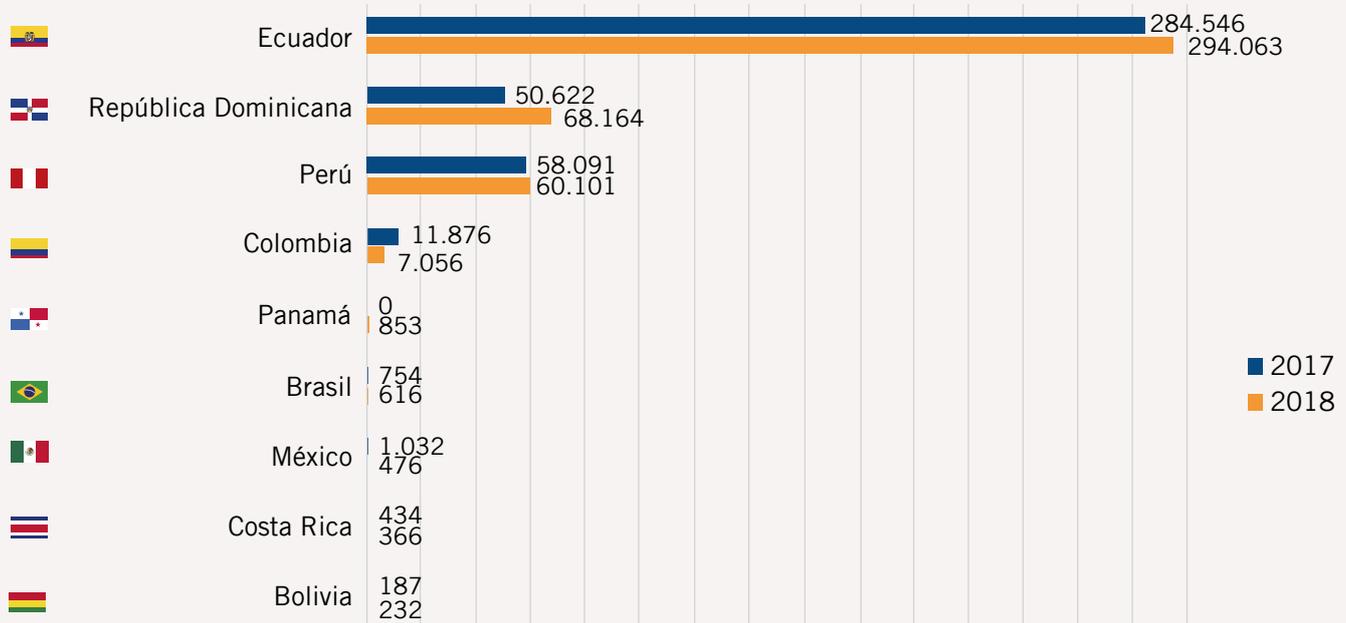


- El cultivo del cacao abarca una extensión aproximada de **1,8 millones de hectáreas** y constituye la principal fuente de ingresos para más de **430.000 productores**.



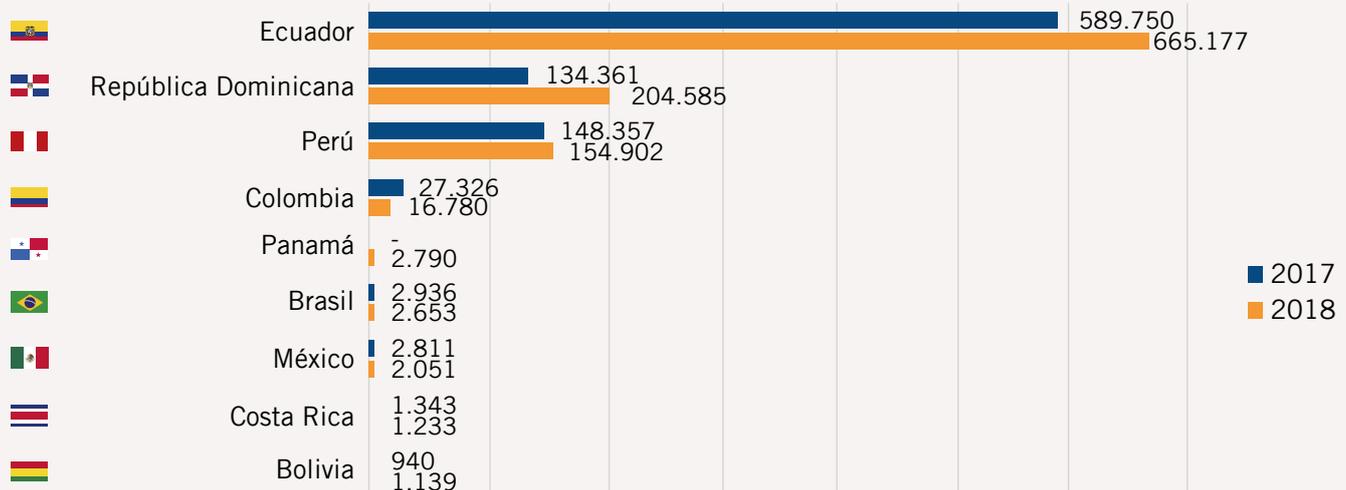
- La productividad del cultivo varía en cada país: Los países con mayor productividad son Ecuador y Perú, que logran niveles entre **600 Kg/Ha y 700 Kg/Ha**. República Dominicana, con una productividad promedio de **477 Kg/Ha**, es el principal productor de cacao orgánico a nivel mundial seguida de Perú.

Exportaciones de cacao en grano (toneladas)



Elaboración: Observatorio ILAC. Fuentes: Trademap³

Exportaciones de cacao en grano (miles de USD)



Elaboración: Observatorio ILAC. Fuentes: Trademap⁴

- Con excepción de Brasil y México, cuya producción se destina casi en un 100% para la industria chocolatera nacional, las exportaciones de cacao son muy representativas en la mayoría de países.
- Las exportaciones de los principales países productores de cacao fino y de aroma mantienen un crecimiento sostenido. En 2018 se exportaron cerca de 431.000 toneladas de cacao por un valor de USD 1,051 millones.
- De acuerdo con el Panel Adhoc de ICCO (2016 – última revisión 2019), del 95% a 100% de las exportaciones de Bolivia, Colombia, Costa Rica; y del 50% al 75% de exportaciones de Ecuador, República Dominicana, Panamá y Perú, corresponden a cacaos finos y de aroma.
- El precio por tonelada de cacao fino oscila entre los USD3.000 y USD10.000 por tonelada.

Interpretación de los niveles máximos de cadmio para cacao en polvo destinado a la Unión Europea



El Reglamento (UE) No 488/2014 de la Unión Europea ha establecido niveles máximos de cadmio para chocolate y derivados del cacao. Esta reglamentación ha tenido una serie de impactos en el comercio exterior del cacao y sus derivados. Si bien la norma no aplica para la materia prima, sino para productos destinados para el consumo final, en diversas ocasiones los exportadores y productores peruanos han indicado que comercializadores utilizan dicha normativa para establecer niveles máximos en productos como el grano del cacao y el cacao en polvo, no cubiertos por el reglamento.

En este contexto, el Gobierno peruano ha expresado su constante preocupación en diversos foros internacionales, tales como el Codex Alimentarius y la Organización Mundial del Comercio; así como en el Subcomité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias del Acuerdo Comercial vigente entre Perú y la UE.

En consecuencia, en el mencionado Subcomité se gestionó en cooperación con la UE una interpretación del Reglamento (UE) No 488/2014, a fin de que los exportadores y productores cuenten con una herramienta para evitar que los comercializadores se aprovechen y afecten el precio de compra a la baja por una incorrecta aplicación de la norma. Como resultado, la UE emitió el documento SANTE.DDG2.D.3/JL(2019)7667435, en el cual se reafirma que el Reglamento

(UE) No 488/2014 no aplica para el grano del cacao y además indica los únicos escenarios en los que los niveles máximos de cadmio son aplicables al cacao en polvo.

En lo concerniente al cacao en polvo, la interpretación de la UE precisa que el Reglamento (UE) No 488/2014 únicamente establece niveles máximos para el cacao en polvo en los siguientes supuestos:

- Cacao en polvo vendido al consumidor final (aplica también para cacao magro en polvo).
- Cacao en polvo, cuando es utilizado para el procesamiento de chocolate en polvo vendido al consumidor final (aplica también para cacao magro en polvo).
- Cacao en polvo, cuando es utilizado para el procesamiento de cacao en polvo azucarado (aplica también para cacao magro en polvo).

El cacao en polvo y el cacao magro en polvo son utilizados en diversos tipos de procesamiento, distintos a los mencionados anteriormente. En dichos casos, no se han establecido niveles máximos de cadmio.

Esta interpretación, en conjunto con otras herramientas, como por ejemplo la calculadora ChocoSafe.org, evidencian que extrapolar los niveles máximos del reglamento 488 a otros productos derivados del cacao, no tiene un sustento adecuado

desde el punto de vista de la salud pública y que además generaría obstáculos innecesarios al comercio.

El documento con aclaración de la UE se encuentra disponible en el link que sigue para conocimiento de los países de la región.

Datos de contacto:

Diego Llosa Velásquez,
Director General de Políticas de
Desarrollo de Comercio Exterior del
Ministerio de Comercio Exterior y
Turismo del Perú
dllosa@mincetur.gob.pe

Marcelo Valverde Arevalo,
Dirección de Requisitos Técnicos
al Comercio Exterior del Ministerio
de Comercio Exterior y Turismo del
Perú - mvalverde@mincetur.gob.pe

Link a documento

Carta en inglés:

[http://bit.ly/
ClarificationDocUE_cadmium](http://bit.ly/ClarificationDocUE_cadmium)

Carta en español
(Traducción no oficial)

[http://bit.ly/
CartaAclaratoriaUE_cadmio](http://bit.ly/CartaAclaratoriaUE_cadmio)

RECUADRO 1

El Cadmio en el cacao de América Latina y el Caribe: encontrando consenso para el apoyo efectivo a los productores



El cadmio es un metal pesado que se acumula en el cuerpo y afecta nuestra salud. Para controlar la cantidad que consumimos, la UE ha establecido los niveles máximos permitidos para diferentes alimentos. Un reglamento que especifica los niveles máximos de cadmio en los productos de cacao y chocolate entró en vigor en enero de 2019 y otros países están elaborando reglamentos similares.

Los efectos de la regulación del cadmio en América Latina y el Caribe representan un desafío regional, aún más si consideramos que los más de 440 mil productores de cacao en la región utilizan primordialmente métodos tradicionales de cultivo del cacao y tienen limitado acceso a asistencia técnica. Estas circunstancias refuerzan la necesidad de buscar el consenso y desarrollar soluciones concertadas entre los principales productores de la región, ofreciendo a los productores la posibilidad de manejar los cultivos para evitar la contaminación por el cadmio.

Es en este contexto, que CAF, a través de la Iniciativa Latino Americana del Cacao (ILAC), impulsa el intercambio

de conocimiento regional y el desarrollo sostenible de la cadena de valor del cacao. Teniendo en cuenta los efectos de esta reglamentación en la productividad, precios y acceso al mercado de la oferta de cacao de América Latina y el Caribe, se generó un estudio internacional que busca establecer el consenso al respecto de las principales formas de contaminación del cacao con cadmio.

El resultado de este trabajo, que fue impulsado por CAF, en colaboración con Bioversity International, se presenta en el estudio: *Cadmio en el cacao de América Latina y el Caribe: análisis de la investigación y soluciones potenciales para la mitigación*.

El estudio presenta el estado de la investigación sobre las fuentes de contaminación de cadmio en los suelos, las propiedades del suelo que afectan la biodisponibilidad del cadmio, los mecanismos fisiológicos y las diferentes variedades en la absorción de cadmio por parte del árbol de cacao, así como las consecuencias de los procesos posteriores a la cosecha.

En la publicación se presentan posibles soluciones de mitigación aplicables al cacao, que han sido investigadas a través de ensayos o consideradas por la comunidad de investigación.

El análisis también incluye información sobre proyectos de investigación en curso, posibilitando que los interesados y en particular los productores puedan acompañar la generación de respuestas técnicas del medio científico, permitiendo su aplicación práctica.

Contribución de:

Federico Vignati
CAF
fvignati@caf.com

Link al estudio:

<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1506>

BRASIL: Cacao y chocolate fino, definiciones y tamaño del mercado



Existe confusión en la literatura acerca de los diferentes tipos de mercados de cacao y chocolate, especialmente con respecto a sus características, nomenclaturas, tamaño y tasa de crecimiento. Estas brechas generan información errónea en la toma de decisiones de los agentes, especialmente en los eslabones más débiles de la cadena de producción, que suelen guardar expectativas de rentabilidad que normalmente no se cumplen.

Lo concreto es que la mayor parte de la producción mundial de cacao es del tipo convencional o a granel, y el cacao fino representa una pequeña porción de esta producción. En el mismo sentido, el mercado del chocolate fino es una pequeña fracción del mercado convencional.

El gran atractivo de estos mercados, de cacao y de chocolate fino, es el valor agregado de su producción, el potencial

de rentabilidad y la gran prominencia publicitaria, siendo estas características típicas de cualquier mercado de nicho.

Esta falta de parámetros objetivos llevó al informe de la Iniciativa Latinoamericana del Cacao de marzo de 2018 a señalar la necesidad de definir parámetros para la clasificación del cacao fino:

“Existe una necesidad para establecer protocolos aceptados, creíbles y verificables para evaluar y comunicar los atributos de calidad del cacao⁵.” vocero de la iniciativa.

Según el mismo informe, América Latina es responsable del 80% de la producción mundial de cacao fino y el principal mercado para este tipo de cacao son los mercados maduros con mayor poder adquisitivo, es decir Europa y Norte América.

Es evidente que hay un sobredimensionamiento de los mercados de cacao y chocolate fino, y en general se habla que el mercado de cacao fino ha estado creciendo a una tasa de 7 a 11% por año desde 2011 y el volumen de negocios alcanza 197 mil toneladas por año (o 5% del total mundial), sin embargo permanece la dificultad de verificar estos valores, principalmente por la ausencia de una base de datos confiable (Martin, 2017)⁶.

Homman (2016)⁷ muestra que alrededor del 75% del volumen de cacao considerado fino es del tipo “low fino”, pagando hasta un 17% de la prima sobre el precio estándar del cacao. Por lo tanto, la parte del producto que se comercializa efectivamente como fino (primas superiores al 17% sobre el precio estándar) sería inferior a 50 mil toneladas o tan solo el 1% del total comercializado en el mundo.



El mercado de cacao fino ha estado creciendo a una tasa de 7 a 11% por año desde 2011



El volumen de negocios alcanza 197 mil toneladas por año (o 5% del total mundial)



En 2012 PWC estimó que el mercado de cacao fino de Brasil representaba aproximadamente una tercera parte del mercado de nicho



En Brasil el mercado enfrenta esta misma dificultad de conceptualización sobre el tamaño del mercado local de cacao y chocolate fino. En 2012 la consultoría PWC estimó que el mercado de cacao fino era aproximadamente una tercera parte del mercado de nicho (PWC, 2012)⁸. Este volumen en 2017 representaría aproximadamente 2 mil toneladas de cacao brasileño.

Aunque los procesadores y especialistas aseguran que el volumen de producción de cacao fino en Brasil no es más que 3 mil toneladas por año, los fabricantes de chocolate estiman una cantidad mucho mayor, entre 10 mil a 16 mil toneladas de cacao fino procesado, probablemente contabilizando el chocolate *gourmet* o *premium* como chocolate fino y llevando a confusiones de todo tipo (RASI, 2018)⁹.

Para aclarar esta brecha metodológica, se sugirió que el mercado de chocolate se dividiera en tres categorías: normal, *premium* o *gourmet* y fino.

El chocolate estándar se caracteriza por ser un producto que cumple la legislación vigente en términos de proceso y calidad del producto, además de la cantidad mínima de cacao. Es el cacao común y disputa el mercado principalmente por escala/volumen y costo.

Las principales diferencias entre el chocolate estándar y el *premium/gourmet* radican en que estos últimos cuentan con un proceso industrial diferente, no utilizan otras grasas vegetales sino la propia del cacao y claramente logran esfuerzo de comercialización y presentación del producto más grandes.

Por su parte, al comparar el chocolate *premium/gourmet* con el chocolate fino a menudo hay una falta de claridad, tanto en la producción como en el consumo. Por razones de marketing y estrategia comercial, muchas industrias presentan su producto como chocolate fino, aunque no lo sea. La gran diferencia, pero no la única, entre el chocolate *premium/gourmet* versus el chocolate fino, es que el chocolate *premium* no está necesariamente hecho de cacao fino, es decir puede ser resultado de mezclas, mientras que el de cacao fino sí es puro.

Para el productor la producción de cacao fino suele pagar importantes premios, que pueden alcanzar el doble del precio del cacao a granel, pero con requisitos más burocráticos y demoras en la comercialización, es decir, una operación más compleja que la del mercado a granel.

Finalmente, aunque la rentabilidad potencial del cacao fino sea atractiva, la falta de información y las reglas intrín-

secas dificultan que los productores efectivamente se apropien de esta rentabilidad prometida, lo que demuestra la necesidad de una mejor aclaración y preparación técnica de los cacaocultores. En definitiva, la dificultad de transformar una buena idea de marketing a un producto de escala industrial es muy grande y compleja. Por ende, hay que tener cuidado para que los agricultores y las pequeñas industrias no creen una expectativa de aumento de ingresos que difícilmente ocurrirá en el corto plazo, puesto que el cacao fino es solamente una pequeña fracción de los chocolates consumidos y, al menos que se logre un gran crecimiento en los años próximos, seguirá siendo poco representativa para que se difunda su sobreprecio sobre toda la cadena productiva.

Contribución de:

Lucas Rasi, André Sorio

Autores del Estudio Cacao y chocolate no Brasil: Desafíos na produção e comércio global.2018
lucasrasi@uol.com.br

Link al estudio:

<http://bit.ly/CacauChocolateBrasil>

RECUADRO 2

ECUADOR: Marcas de certificaciones de calidad para cacao de exportación



El Gobierno de Ecuador y la UE suscribieron un convenio de financiamiento para la ejecución del Proyecto de Asistencia Técnica Internacional-ATI al Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) para la consecución y acompañamiento al Programa de Apoyo al Sector del Comercio en Ecuador.

El MPCEIP, a través de su Dirección de Marketing Estratégico, busca desarrollar, coordinar e implementar políticas, normas, proyectos y estrategias, orientadas al diseño y promoción de las marcas sectoriales y Denominaciones de Origen (DO), de los sectores priorizados por el Gobierno Nacional, entre ellos el sector cacao, como instrumentos de la promoción y diversificación de las exportaciones ecuatorianas.

Entre las actividades específicas de asistencia, el experto italiano Achille Bianchi ha desarrollado, en conjunto con la Mesa Interinstitucional y el MPCEIP, los contenidos de tres talleres regionales sobre sistema de gobernanza para las DO-IG, Marca Colectiva y Marcas de Certificaciones de Ecuador. Los temas a abordar incluyen:



i) Beneficios de las Denominaciones de Origen en productos para la exportación



ii) Gobernanza para oficinas reguladoras para Denominaciones de Origen, Marcas Colectivas y Marcas de Certificación



iii) Marcas sectoriales de calidad del MPCEIP



El MPCEIP de Ecuador implementa estrategias y acciones para el impulso y promoción de las marcas: D.O Cacao Arriba y Ecuador Premium & Sustainable CACAO

Marca D.O. “Cacao Arriba”

El cacao fino o de aroma es uno de los más cotizados en el mercado internacional por las características particulares de aroma y sabor. El sabor y aroma predominante es floral para la variedad “arriba”. Estas características de sabor y aroma determinan una prima en los mercados internacionales.

El Ecuador es reconocido como uno de los principales productores de “Cacao Arriba” a escala mundial, produciendo en la actualidad aproximadamente el 60% de la producción mundial de esta variedad.

El cacao es de suma importancia para la economía nacional: siendo uno de los principales productos de exportación.

La diferenciación de la calidad de los productos agrícolas puede permitir a los productores agregar valor y encontrar nuevas oportunidades de mercado, para responder a las demandas de los consumidores que valorizan los atributos de esos productos.

En el 2009 el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI, hoy SENADI) por medio de su Dirección Nacional de Propiedad Industrial concedió el registro nacional para la denominación de origen “Cacao Arriba” a pedido de distintos grupos de productores nacionales.



Marca: Ecuador Premium & Sustainable CACAO

El Ministerio de Comercio Exterior a través del proyecto de inversión “Marca País”, desarrolló, en conjunto con el sector cacaoero, gremios de exportadores, gremios de productores e instituciones públicas, los estándares para el otorgamiento de la marca sectorial, con el objetivo de potenciar este sector productivo del país, generar valor y lograr su posicionamiento y diferenciación a nivel internacional.

Aplica a todo cacao ecuatoriano en grano, nacional o CCN51, que cumpla con los estándares establecidos en esta norma, desde la poscosecha hasta su comercialización, así como a grupos o asociaciones de productores, comercializadores y exportadores.

Cada empresa participante recibe una calificación sobre 100 puntos en función a su rendimiento. La calificación mínima para otorgarle la marca sectorial es de 80 puntos.



Nº	Criterio	Ponderación / 100 pts.
1	Calidad	50
2	Social	15
3	Ambiental	15
4	I+D+i	5
5	Agregación de valor	10
6	Diversificación de mercados	5

Fuente y elaboración: Ministerio de Comercio Exterior

En este contexto, con el apoyo de asistencia técnica, se busca fortalecer las capacidades institucionales del MPCEIP para facilitar la implementación de criterios de calidad superior, conservación ambiental, responsabilidad social y sistema de gobernanza, como factores de mejora de los signos distintivos del Ecuador y sus sectores económicos.

Contribución de:

Achillie Bianchi
achillebianchi@hotmail.it

Para saber más:

<http://bit.ly/ProyectosUEenEcuador>

<http://bit.ly/ProgramaUEComercioExteriorECU>

PERÚ: Proyecto Cacao Seguro para mitigación del cadmio



Desde inicios del 2019, Perú viene implementado el Proyecto Cacao Seguro, el cual se ejecuta en el marco del acuerdo de colaboración firmado por el Gobierno peruano, a través del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), con la finalidad de abordar la problemática de la contaminación por cadmio en granos de cacao y chocolate.

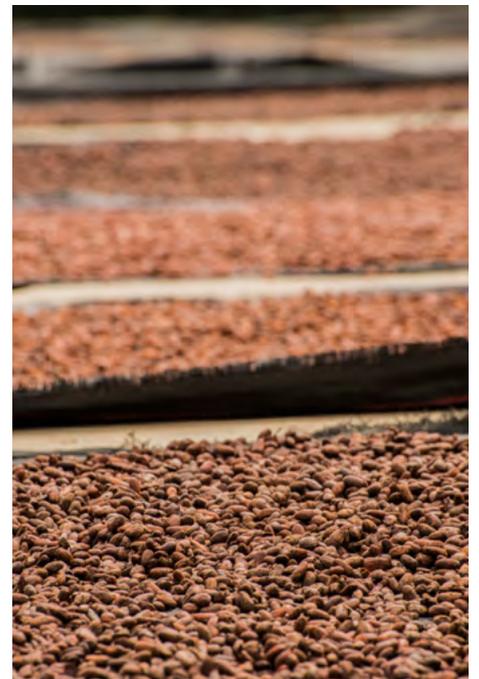
A la fecha, se ha concluido con el diseño de la Agenda de Trabajo Multianual y Multisectorial 2020-2022 (AMM), en donde se establecen diferentes acciones para encontrar soluciones efectivas y eficientes que permitan la prevención, mitigación y remediación de metales pesados, entre ellos, el cadmio.

La AMM contempla como parte de sus ejes de acción: la gestión del marco normativo para la identificación y análisis del contenido de cadmio y otros metales pesados; la estandarización de protocolos

para el análisis de metales pesados, en particular el cadmio, en los diferentes laboratorios especializados del país; la gestión de la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de valor del cacao; la gestión comercial y negociaciones internacionales; y la gestión del conocimiento, entre otros.

Esta agenda ha sido compartida y validada en talleres regionales en 10 departamentos del país, en los cuales, a su vez, se ha iniciado un proceso de ordenamiento, a fin de alinear proyectos de inversión pública en la temática de cacao, a los objetivos y acciones de la AMM.

Asimismo, el Proyecto Cacao Seguro viene promoviendo la generación de conocimiento a través de su apoyo al Instituto de Innovación Agraria del Perú (INIA), para la realización de investigaciones que buscan validar medidas de mitigación mediante el uso de estrategias de fitoremediación e identificación de genotipos de baja acumulación de cadmio.



Datos de contacto:

Tommy Fairlie,
Proyecto Cacao Seguro
tommy.fairlie@cacaoseguro.org

Luciana Mendoza,
lucianamendoza@gmail.com



La AMM contempla la gestión del marco normativo para la identificación y análisis del contenido de cadmio y otros metales pesados, la estandarización de protocolos para el análisis de metales pesados, en particular el cadmio, la gestión de la trazabilidad a lo largo de toda la cadena de valor del cacao, la gestión comercial y negociaciones internacionales, y la gestión del conocimiento, entre otros.

PERÚ: Crecen exportaciones de cacao peruano al mercado de Asia



Las exigencias impuestas por la UE, sobre presencia de metales pesados como el cadmio y de residuos de agroquímicos (contaminaciones cruzadas) en los alimentos, han provocado que los productores de cacao de Perú busquen nuevos mercados internacionales para su cacao e incluso busquen el crecimiento de su mercado nacional.

Elías Cruz Godos, presidente de la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APP Cacao), en entrevista para la Agencia Agraria de Noticias (Agraria.Pe), indicó que Europa sigue siendo el principal destino del cacao peruano, pero los despachos del producto principalmente de Piura y Amazonas (regiones que presentan el mayor porcentaje de concentración de cadmio) han disminuido y ahora dirigen su oferta a Japón y China.

“El mercado asiático es interesante, ya que está aumentando la demanda por cacao y además otorga buenos precios, por eso estamos analizando los canales

por donde vender este producto”, declaró Cruz Godos.

El mayor porcentaje en los despachos de cacao al exterior es en grano, sin embargo, estaban creciendo en participación los productos semielaborados (manteca y polvo de cacao) y producto final (chocolate), pero ahora la variabilidad del clima está afectando la producción, indicó Cruz.

En cuanto al mercado interno, dijo que se busca incrementar el consumo de cacao, para lo cual se debe educar a la población para diferenciar entre un chocolate con 60% u 80% de cacao, de una golosina que no tiene ni 3% de cacao. “Esperamos que el Gobierno (nacional, regional y local) se afiance más en este tema. Tenemos la idea de incrementar el consumo de un verdadero chocolate, que es bueno para la salud, introduciéndolo en programas sociales como el Vaso de Leche para incentivar el consumo masivo de cacao a nivel nacional”.

Cifras:

-  • El cacao se cultiva en 16 regiones, en un total de 150 mil hectáreas de cacao (el 90% está en producción y el 10% en crecimiento)
-  • Producción anual 120 mil toneladas, con previsiones importantes de crecimiento en las nuevas áreas que se han sumado.
-  • Rendimiento productivo nacional promedio es entre 700 y 800 kilos por hectárea.
-  • 90 mil toneladas se destinan a la exportación y el resto al mercado nacional. Los principales mercados internacionales son Europa (Alemania, Francia, Italia y Suiza, otros) y Estados Unidos.
-  • 40 mil productores de cacao asociados a APPCacao, cuentan con 30 mil hectáreas de cacao en 13 regiones del país.



En cuanto al mercado interno, se busca incrementar el consumo de cacao, para lo cual se debe educar a la población para diferenciar entre un chocolate con 60% u 80% de cacao, de una golosina que no tiene ni 3% de cacao.

Fuente:

<http://bit.ly/AgrariaCacaoPeruanoAsiaChina>

Cacao de América premiado en los International Cocoa Awards 2019



El pasado 30 de octubre, en el marco del Salon du Chocolat en París, se anunciaron los ganadores de los International Cocoa Awards, un premio internacional impulsado por el Programa Cocoa of Excellence CoEX, en el que se reconoce la calidad, el sabor y la diversidad del cacao según su origen. El premio fue otorgado a las 20 mejores muestras de cacao, de las que nueve provenían de productores de América Latina y El Caribe.

Participaron en la competencia, 55 países con 223 muestras de granos de cacao, que luego de una detallada evaluación de calidad física, fueron procesadas en pasta de cacao, para la evaluación sensorial a ciegas, que resultó en la selección de 50 muestras para ser procesadas en chocolate. En la segunda evaluación, una amplia gama de expertos, desde chocolateros hasta expertos en evaluación sensorial y proveedores de cacao de África, América, Asia y Europa, pudieron apreciar los sabores únicos de las muestras, nuevamente sin que su origen sea revelado, para determinar los veinte ganadores a nivel mundial.

“Las muestras participantes, en la edición 2019 de Cocoa of Excellence, recolectadas de diversas regiones del mundo, fueron de una calidad excepcional, lo cual dificultó al Comité Técnico la tarea de seleccionar las

mejores muestras. El público en general suele ver el porcentaje de cacao indicado en la etiqueta de una barra de chocolate como una representación de su calidad. En cambio, nosotros entendemos el arduo trabajo y la atención que los agricultores tienen que prestar para cultivar granos de calidad.

La expresión perfecta de aromas y sabores emana de las muestras de cacao, y ha sido un verdadero honor experimentar y evaluar el arte y la diversidad de estos granos”. Ed Seguíne, presidente del Comité Técnico y cofundador del programa Cocoa of Excellence.

Se entregaron en total 11 premios a productores de Costa de Marfil, Ghana, Madagascar, Tanzania, Hawai, Fiyi, Malasia, Filipinas, Taiwan y Vietnam, y nueve premios a productores de Belice, Bolivia, Colombia, Ecuador, República Dominicana, San Vicente y las Granadinas, Trinidad y Tobago, y Venezuela.

Los ganadores de América Latina y El Caribe fueron:

- **Belice** - Maya Mountain Cacao Ltd, Toledo
- **República Dominicana** - José Antonio Martínez Rojas - Puerto Plata

- **San Vicente y las Granadinas** - Paula Pompey y St Vincent Cocoa Company Limited - Charlotte
- **Trinidad y Tobago** - Leroy Peters - Grande Riviere
- **Trinidad y Tobago** - Martin Matthew y Jacqueline Matthew - Tamana Sudamerica
- **Bolivia** - Emmoní, Municipio de Baures y Huacaraje, Provincia Iténez
- **Colombia** - Federación Nacional de Cacaoteros, Granja Villa Mónica, Santander
- **Ecuador** - Compañía de Cacao Costa Esmeraldas, Atacames
- **Venezuela** - José Wilmer Kattah Reyes - Consejo Comunal Vuelta Redonda, Parroquia Urdaneta

Fuente:

<http://bit.ly/CoEXPressRelease2019>

Para saber más:

<http://bit.ly/CoExBest50>

RECUADRO 3

Los Chocolates *premium* y sus estrategias de *Branding*



En los últimos años se ha venido fortaleciendo y especializando cada vez más la demanda de chocolates *premium*. Evidentemente, para pertenecer a esta categoría, el chocolate debe ser elaborado con cacao fino de aroma, bajo un buen proceso postcosecha y agroindustrial. Sobre esta base, existe una inmensa diversidad de ingredientes complementarios, como frutas tropicales o andinas, frutos secos, granos, incluso adiciones de picante, sales y demás; las tendencias o valores agregados por su proceso, origen – *bean to bar* – y/o la certificación bajo estándares sostenibles son atributos que suman al valor final percibido por el consumidor de este nicho.

Sin embargo, aún a pesar de todas estas características - o quizás más bien debido a la complejidad que agregan al producto - es imprescindible comunicarlas adecuadamente para su diferenciación. El comprador de un chocolate *premium* es exigente en información, así como también altamente susceptible a los atributos sensoriales que le transmite la imagen del producto. El éxito reciente de marcas desde aquellas de estilo artesanal hasta las más profesionales, permite ya identificar algunas pautas para tener éxito en el *branding*¹⁰ de estos productos. Empezando por el empaque, que refleja una presión actual por los materiales eco

amigables, reciclables, que tengan una disposición final no contaminante; por ejemplo, un empaque 100% compostable de Choco & Things que puede ser luego incorporado a procesos orgánicos del suelo. Consecuentemente, el diseño, colores, elementos gráficos y la información que se desea resaltar, deben conectar con los valores y emociones que inciden en la decisión de compra de este segmento, a través de mensajes de impacto social como los del chocolate suizo Labooko, por ejemplo. Otros resaltan lo étnico, ambiental, y algunos plasman arte de calidad en sus diseños como Aquim Q Chocolate, Unelefante o Le Temps.

La distribución a través de canales tipo *concept store* – como las de República del Cacao - o asociados a otros productos selectos, como vinos, dulces, regalos y afines, contribuye a acercarse mucho más al *target*, lo que debe ser acompañado por un precio que refleje su valor. Finalmente, se requiere empaques de la marca, por lo tanto, es clave la alianza con *influencers* relacionados a la industria y la gastronomía para actividades como ferias, degustaciones, demostraciones de *chocolatiers* y *chefs*, y por supuesto una estrategia en redes sociales consistente con todo lo anterior.



Contribución de:

Nelson Larrea V.
CAF
nlarrea@caf.com

Para saber más:

[http://bit.ly/
FineChocolateBranding](http://bit.ly/FineChocolateBranding)

[http://bit.ly/
LuxuryBrandingChocolate](http://bit.ly/LuxuryBrandingChocolate)

<http://bit.ly/15MarcasChocolate>

Innovación en sabores de chocolate



Un artículo reciente de Bloomberg.com habla sobre las innovaciones que están introduciendo los chocolateros para captar la atención de nuevas generaciones de consumidores y aumentar sus ventas. Algunos de los nuevos sabores de chocolates incluyen matcha (polvo fino y verde intenso que proviene del té verde), vinagre balsámico, resina de árbol, curry en polvo, e incluso nuevas variedades de granos de cacao color rosa.

Los chocolateros estarían apostando por mantener el crecimiento de sus ventas, aun cuando muchos consumidores están abandonando las golosinas azucaradas y procesadas. Este no es un enfoque completamente nuevo, pero lo que es diferente ahora es la velocidad a la que está ocurriendo la innovación. “La innovación en la industria ha hecho que los consumidores regresen”, dijo Jared Koerten, jefe de alimentos envasados en Euromonitor en Chicago. “Las empresas están introduciendo productos que dan a los consumidores razones para probar algo nuevo y los mantienen comprando chocolate”.

En los últimos seis años hasta 2019, las ventas mundiales de chocolate aumentaron un 19% a un récord de USD108 mil millones de dólares, según Euromonitor

International, debido principalmente al crecimiento sostenido del consumo minorista en Asia.

En el pasado, los chocolateros recurrieron al uso de ingredientes como nueces y frutas debido a los altos precios del cacao. El precio del cacao *commodity* ha aumentado aproximadamente un 16% desde finales de agosto, lo que podría generar alguna sustitución, pero las últimas innovaciones tienen más que ver con atraer clientes curiosos, que con reducir costos.

Un claro ejemplo es el chocolate Ruby de Barry Callebaut introducido en 2017. Este chocolate, con su tono rosado, fue el primer nuevo tono natural agregado a la industria, desde que Nestlé SA comenzó a hacer barras blancas en los años treinta. Ruby está basado en un tipo especial de grano de cacao de color rosa y tiene un intenso sabor natural a bayas. Ruby llegó recientemente al mercado estadounidense, en noviembre Flair Chocolatier lanzó una colección, a través del minorista de alta gama Bergdorf Goodman en Nueva York, donde el precio de una caja elaborada con chocolate marmoleado que contiene nueve trufas a base de chocolate Ruby puede llegar a costar USD148 dólares.



En el pasado, los chocolateros recurrieron al uso de ingredientes como nueces y frutas debido a los altos precios del cacao. El precio del cacao *commodity* ha aumentado aproximadamente un 16% desde finales de agosto, lo que podría generar alguna sustitución, pero las últimas innovaciones tienen más que ver con atraer clientes curiosos, que con reducir costos.

Fuente:

<http://bit.ly/ChocolateInnovations>

Indonesia será sede de la quinta Conferencia Mundial del Cacao -2020



La Organización Internacional del Cacao (ICCO) anunció la sede de la quinta edición de la Conferencia Mundial del Cacao, programada del 20 al 23 de septiembre de 2020 en el Centro de Convenciones Bali Nusa Dua en Bali, Indonesia.

Como la reunión más grande en el sector del cacao y el chocolate, la Conferencia Mundial del Cacao espera reunir a más de mil actores de toda la cadena de valor del cacao, incluidos agricultores, cooperativas, gobiernos de países productores, consumidores, comerciantes, procesadores y fabricantes de chocolate, junto con representantes de la sociedad civil, logística y servicios financieros para el sector, reuniéndose por primera vez en Asia para discutir y definir soluciones para la sostenibilidad de la cadena de valor del cacao.

La Conferencia tendrá lugar en la isla de Bali, atendiendo la invitación del Gobierno de Indonesia, anfitrión oficial de esta edición del evento, que se realiza cada dos años. Esto ofrecerá la oportunidad de mostrar las especificidades del mercado asiático del cacao y particularmente del sector de producción y procesamiento del país anfitrión. Indonesia

produce anualmente 220.000 toneladas de cacao y la molienda es de 490.000 toneladas¹¹

El programa completo de la Conferencia aún no ha sido publicado, pero se prevé tratar temas centrales como los precios del cacao, que actualmente se encuentra en el centro de las discusiones en el sector, adición de valor y la distribución de valor a lo largo de la cadena de valor del cacao, entre otros. Como en ediciones anteriores, se establecerá un área de exhibición para que los proveedores del sector muestren los servicios e innovaciones, que se ofrecen en la industria y se generarán espacios para reuniones paralelas, entre actores, para tratar temas específicos de la compleja cadena de valor del cacao y el chocolate.

La Organización Internacional del Cacao (ICCO) es un organismo intergubernamental responsable del desarrollo sostenible de la cadena de valor del cacao. Tiene 52 miembros, incluidos 22 países exportadores de cacao y 30 países importadores de cacao. Su objetivo es ser la principal plataforma de intercambio y redes para el sector del cacao y la fuente de información más confiable y completa del sector.



La Conferencia Mundial del Cacao espera reunir a más de 1.000 actores de toda la cadena de valor del cacao, incluidos agricultores, cooperativas, gobiernos de países productores, consumidores, comerciantes, procesadores y fabricantes de chocolate, junto con representantes de la sociedad civil, logística y servicios financieros para el sector

Fuente:

<http://bit.ly/ICCONewsWorldCocoaConference>

MUNDO

Agenda de Eventos 2020

Enero

SIGEP, Salón Internacional del Gelato, Pastelería y Panificación Artesanales.
18 al 22 de enero
Rimini, Italia
<https://sp.sigep.it/>

International Cocoa-Coffee-Cashew Trade Fair (SICA)
19 al 21 de enero
San Francisco, California, Estados Unidos
<https://americasica.us/en/>

Febrero

ISM ProSweets
2 al 5 de febrero
Colonia, Alemania
<https://www.ism-cologne.com/>

Chocoa 2020
19 al 23 de febrero
Amsterdam, Holanda
<http://www.chocoa.nl/>

Marzo

NCA State of the Industry Conference
1 al 3 de marzo
Bocar Ratón, Estados Unidos
<https://www.candyusa.com/2020-state-of-the-industry-conference/>

FCIA Elevate Chocolate Event and Trade Fair
5 al 6 de marzo
San Francisco, Estados Unidos
<https://www.finechocolateindustry.org/Spring2020Event>

Coffee and Chocolate Expo
28 al 29 de marzo
San Juan, Puerto Rico
<https://www.coffeeandchocolateexpo.com/>

Mayo

Cacao & Chocolate Summit 2020, 2da Edición
28 al 29 de mayo
Quito, Ecuador
<https://cacaoandchocolatesummit.wordpress.com/>

Junio

Salón del Chocolate 2020
5 al 7 de junio
Quito, Ecuador
<https://chocovision.ch/>

Chocovision 2020
9 al 11 de junio
Davos, Suiza
<https://www.salondelchocolatecuador.com/>

Septiembre

V Conferencia Mundial del Cacao
20 al 23 de septiembre
Bali, Indonesia
<http://worldcocoaconference.org/>

Salón del Chocolate y Cacao – México
24 al 26 de septiembre
Ciudad de México, México
<https://www.salonchocolate.mx/>

Puntos Focales Iniciativa Latino Americana del Cacao- ILAC

País	Institución	Contacto	Email
1 Bolivia	Viceministerio de Comercio Interno y Exportaciones -VCIE	Claudio Marcelo Olguín Ribera	olguinma@gmail.com
2 Brasil	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços - MDIC	Nizar Raad	nizar.raad@mdic.gov.br
	Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços - MDIC	Rita Milagres	rita.milagres@mdic.gov.br
3 Colombia	Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR	William Granados	william.granados@minagricultura.gov.co
	Agencia Presidencial de Cooperación Internacional	Luz María López	luzlopez@apccolombia.gov.co
4 Costa Rica	Programa Nacional de Cacao - Ministerio de Agricultura- MAG	Rocío Fallas Salas	rfallas@mag.go.cr
5 Ecuador	Ministerio de Agricultura y Ganadería-MAG	Luis Rueda Gabriela Chacón	Lruedad@mag.gob.ec gchacon@mag.gob.ec
6 Panamá	Ministerio de Comercio e Industrias -MICI	Yelsica Caballero Lirieth Aguilar	ycaballero@mici.gob.pa lirieth.aguilar@mici.gob.pa
7 Perú	Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)	Carmen Rosa Chávez	cchavez@minagri.gob.pe
8 República Dominicana	Comisión Nacional del Cacao	Juan Armando Cuello Ortíz	jcuelloortiz@hotmail.com comision_cacao@hotmail.com
9 Trinidad y Tobago	Cocoa Development Company	Winston Rudder	winrud@yahoo.com

Referencias

- [1] Bloomberg, [En Línea] <https://www.bloomberg.com/quote/CC1:COM>
- [2] International Cocoa Organization ICCO, Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Table 4, 2019.
- [3] Trademap, [En Línea] https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1
- [4] Trademap, [En Línea] https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c1801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1
- [5] INICIATIVA LATINOAMERICANA DEL CACAO. Observatorio del cacao fino y de aroma para américa latina. Newsletter N° 2, Mar – 2018.
- [6] MARTIN, C. Sizing the craft chocolate market. Fine Cacao and Chocolate Institute, Agosto de 2017.
- [7] HOMANN, Frank. How Fine and Flavour Cocoa can increase farmer Income, Productivity and Profitability. ICCO World Cocoa Conference, 2018.
- [8] PWC. The Brazilian Cocoa Industry Market Research. PwC Brasil, Ribeirão Preto – 2012.
- [9] RASI, Lucas. Cacau e chocolate no Brasil: Desafios na produção e comércio global. UNESCO/Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, Brasília – 2018. Disponível en: http://www.unesco.org/new/pt/brasil/abou-this-office/single-view/news/cacau_e_chocolate_no_brasil_desafios_na_producao_e_comer/
- 10 Alvarado, L. Brainketin. El Cerebro y la revolución del marketing UPC, Lima 2013. En línea: Alvarado, L. Brainketin. El cerebro y la revolución del marketing.UPC – Lima, 2013.
- [11] ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. XLV, No. 1, Cocoa year 2018/19, Feb 2019.

Iniciativa Latinoamericana del Cacao

CAF –banco de desarrollo de América Latina–

Vicepresidencia de Desarrollo Sostenible

Dirección de Sostenibilidad, Inclusión y Cambio Climático

René Gómez-García

Coordinador Unidad de Negocios Verdes

Federico Vignati

Ejecutivo Principal / Responsable ILAC

Consejo Editorial

Puntos Focales ILAC

Ann-Kathrin Zotz (ITC)

Lorena Jaramillo – David Vivas (UNCTAD)

Darin A. Sukha (Cocoa Research Centre CRC)

Emills Tapia (Tadix Dominicana)

Brigitte Laliberté (Bioversity International)

Moisés Gómez (Experto)

Miguel Guzmán, CAF

Nelson Larrea, CAF

Freddy Puente, CAF

Sistematización, desarrollo de contenidos, edición y revisión:

Giovanni Ginatta

Federico Vignati

María del Carmen Rodríguez

El Observatorio del Cacao Fino y de Aroma para América Latina es una herramienta de inteligencia de mercado, producida por el Proyecto Iniciativa Latinoamericana del Cacao

Para mayor información: fvignati@caf.com | Para suscribirse: boletin.observatoriocacao@gmail.com