

PERFIL DE MERCADO CACAO



Marzo 2009

PERFIL DE MERCADO CORRESPONDIENTE AL RESULTADO 3 DE LA
CONSULTORÍA "EVALUACIÓN DEL IMPACTO COMERCIAL DEL
BIOCOMERCIO EN BOLIVIA - SITUACIÓN ACTUAL Y
PERSPECTIVAS"

Elabora:



Financia:



Sumario

El presente estudio hace un análisis del comercio internacional del cacao boliviano y su desempeño con relación a los principales participantes del mercado. De la misma manera se identifican las principales tendencias existentes en el mercado y las oportunidades que éste ofrece al cacao boliviano.

- El año 2007 Suiza y Liechtenstein fueron el principal destino de las exportaciones bolivianas de cacao con valores que alcanzaron USD1,01 millones y 281 toneladas en volumen con un crecimiento anual de 2% entre los períodos 2003 – 2007.
- El principal país importador de cacao a nivel mundial el año 2007 fue Estados Unidos, con una participación del mercado total del 9,95% y un crecimiento anual de 3% entre las gestiones 2003 - 2007. Las importaciones de este país fueron USD2,7 billones en valor y 1,04 millones de toneladas en volumen.
- A nivel global el principal país exportador de cacao el año 2007 fue Holanda (Países Bajos) el cual tuvo una participación del total exportado por el mundo del 11,6% y un crecimiento anual en valor de 8% entre las gestiones 2003 - 2007. Las exportaciones de este país fueron de USD3,1 billones en valor y 929,4 miles de toneladas en volumen. Ghana y Ecuador fueron los principales países competidores de Bolivia en su principal mercado el año 2007.
- Las distintas certificaciones internacionales como la etiqueta de Comercio Justo Fair Trade y la certificación orgánica están marcando la tendencia en los mercados más importantes para el cacao, especialmente en la UE, donde el interés de los consumidores en la salud, en los aspectos sociales y en el cuidado del medio ambiente son factores determinantes al momento de tomar la decisión de comprar algún producto.
- En general existen buenas oportunidades en el mercado, debido a que el consumo de este producto y sus demás preparaciones está íntimamente ligado a la producción y consumo de chocolate, cuya industria es bastante grande y requiere de grandes volúmenes para la producción. Algunos países poseen una mayor ventaja frente a otros por el posicionamiento de sus productos; tal es el caso de Ecuador, pero aún así, la industria es tan grande que constantemente se están buscando nuevos proveedores. Obviamente la calidad del producto y el cumplimiento de normas específicas, así como la aplicación para una certificación internacional le otorgan al productor una mayor ventaja frente a sus competidores al momento de la selección de proveedores por parte de un gigante chocolatero.

Introducción

La actual crisis financiera que viene azotando al mundo entero a partir de finales del tercer trimestre del año 2008, tiene un impacto directo en el comercio mundial de bienes y servicios. Este impacto se está viendo reflejado principalmente en la disminución de los volúmenes de exportación a nivel mundial y en la caída de los precios de los productos exportados. La actual crisis sin lugar a dudas afectará las exportaciones bolivianas, ya que en tiempos de crisis los países tienden a proteger aún más sus industrias para fortalecer su economía y mantener sus niveles de empleo estableciendo mayores barreras para la importación de bienes y servicios. Por su parte, los mayores mercados de bienes y servicios a nivel mundial (UE y Estados Unidos) son las regiones más afectadas por la crisis actual, en donde ya se ha registrado un gran aumento del nivel de desempleo, lo cual afecta la demanda de productos, generando un efecto negativo en las economías que tienen a estos mercados como sus principales socios comerciales.

Descripción del producto

El cacao (*Theobroma cacao*) es una planta cuyo fruto tiene múltiples usos. Según estudios su materia genética es originaria de América del Sur, de la cuenca del río Amazonas. El cacao es cultivado principalmente en el Oeste de África, América Central, América del Sur y Asia. El principal uso del cacao es la preparación de chocolate aunque también se pueden obtener bebidas de cacao y productos cosméticos.

Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias que se utilizaron para la realización del presente estudio fueron aquellas comprendidas dentro del Capítulo 18 del Sistema Armonizado, las cuales se describen a continuación:

- 1801: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
- 1802: Cáscara, películas y demás residuos de cacao
- 1803: Pasta de cacao incluso desgrasada
- 1804: Manteca, grasa y aceite de cacao
- 1805: Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante

Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2003 al 2007, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos,

desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

Principales destinos de las exportaciones bolivianas

El año 2007, Suiza y Liechtenstein fueron los principales destinos de exportación del cacao boliviano (55,4% del total exportado por Bolivia al mundo). Los principales productos de cacao exportados ese año a los mencionados países fueron: el cacao en grano, grasas, aceites de cacao, y cacao en polvo sin adición de azúcar ni otros edulcorantes.

El incremento que tuvieron las exportaciones bolivianas a Suiza y Liechtenstein entre los períodos 2003 - 2007 fue de 2% mientras que la tasa de crecimiento promedio de las importaciones de dichos países desde el resto del mundo fueron de 13% lo cual refleja que las exportaciones bolivianas de cacao perdieron competitividad en esos países durante los mismos períodos.

Por otro lado, Bolivia fortaleció su posición relativa en las exportaciones a Alemania, el cual es a su vez el segundo mercado más grande de Bolivia para este producto. Las exportaciones a Alemania se incrementaron en un 24% anual entre los períodos 2003 - 2007 mientras que el incremento de las importaciones totales de dicho país durante el mismo período de tiempo fue de 8%.

Cuadro N° 3.42
Principales destinos de exportación de cacao
Año 2007, expresado en miles de USD y toneladas

País	Valor (en miles de USD)	Volumen (en toneladas)	Crecimiento 2003 -2007 %	Principales productos exportados
Suiza y Liechtenstein	1.010	281	2	Cacao en grano (65%); Manteca, grasa y aceite de cacao (34%); Cacao en polvo (1%)
Alemania	592	150	24	Manteca, grasa y aceite de cacao (39%); Cacao en polvo (34%); Pasta de cacao (24%); Cáscara y demás residuos de cacao (3%)
Italia	128	40	79	Cacao en polvo (55%); Cacao en grano (45%)
Estados Unidos	29	9	13	Cacao en polvo (76%); Pasta de cacao (17%); Chocolate y demás preparaciones (7%)
Japón	26	6	-25	Cacao en polvo (100%)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (enero 2009)

Principales mercados importadores en el mundo

Los mercados importadores más grandes del mundo de cacao y sus preparaciones son: Estados Unidos (9,95% del total importado por el mundo el año 2007), Alemania (9,51%) y Francia (8,98%). Los productos más importados por estos países son el chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, y el cacao en grano.

Otros grandes importadores mundiales son: Países Bajos, Reino Unido, Bélgica, Canadá y Malasia.

Las tasas de crecimiento anual en valor de los Estados Unidos, Alemania y Francia entre las gestiones 2003 - 2007 fueron: 3%, 8% y 5% respectivamente.

Cuadro N° 3.43
Principales mercados importadores de cacao en el mundo
Año 2007, en miles de USD y toneladas

País	Valor (en miles de USD)	Volumen (en toneladas)	Crecimiento 2003 -2007 %	Principales productos importados
Estados Unidos	2.786.092	1.048.085	3	Chocolate y demás preparaciones (50%); Cacao en grano (25%); Manteca, grasa y aceite de cacao (14%); Cacao en polvo (7%); Pasta de cacao (4%)
Alemania	2.665.166	834.996	8	Chocolate y demás preparaciones (50%); Cacao en grano (26%); Manteca, grasa y aceite de cacao (16%); Pasta de cacao (5%); Cacao en polvo (3%)
Francia	2.516.337	750.424	5	Chocolate y demás preparaciones (60%); Cacao en grano (15%); Manteca, grasa y aceite de cacao (14%); Pasta de cacao (8%); Cacao en polvo (3%)
Países Bajos (Holanda)	2.214.439	875.986	5	Cacao en granos (43%); Chocolate y demás preparaciones (34%); Manteca, grasa y aceite de cacao (15%); Pasta de cacao (9%); Cacao en polvo (3%)
Reino Unido	1.953.921	565.312	12	Chocolate y demás preparaciones (69%); Cacao en grano (17%); Manteca, grasa y aceite de cacao (11%); Cacao en polvo (2%); Pasta de cacao (1%)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (enero 2009)

Las importaciones de cacao el año 2008, de Estados Unidos fueron de USD884 millones el primer trimestre, USD690,8 el segundo trimestre, USD883,6 millones el tercero y USD975,3 millones el cuarto trimestre de ese año. Por su parte, las importaciones de cacao de Alemania el año 2008 fueron de USD760,8 millones el primer trimestre, USD683,1 millones el segundo trimestre, USD846,5 millones el tercer trimestre y USD856,7 millones el cuarto trimestre. En el caso de Francia, las importaciones de este país fueron USD749,9 millones el primer trimestre, USD629,8 millones el segundo trimestre, USD717,4 millones el tercer trimestre y USD763,2 millones el cuarto trimestre del año 2008.

Principales competidores

Globalmente, el año 2007 Países Bajos fue el país exportador más grande de cacao y sus preparaciones seguidos por Alemania y Bélgica. Exportó el 11,6% del total exportado por el mundo el año 2007 (USD3.145 millones en valor) con un crecimiento anual del 8% desde el año 2003. Los productos más exportados por los Países Bajos fueron los chocolates y demás preparaciones que contienen cacao; las mantecas, grasas y aceites de cacao así como cacao en polvo sin adiciones de azúcar.

Los competidores directos de Bolivia en sus principales mercados son Ghana, Ecuador y Costa de Marfil los cuales son los principales proveedores de Suiza y Liechtenstein de cacao en grano. De la misma manera, Países Bajos y Francia con competidores en el mercado de manteca, grasa y aceite de cacao tanto en Suiza y Liechtenstein como en Alemania. Las exportaciones bolivianas de cacao y sus preparaciones al mundo el año 2007 fueron de USD1,8 millones con un crecimiento del 11% anual entre las gestiones 2003 - 2007.

Cuadro N° 3.44
Principales países exportadores de cacao y sus preparaciones
Año 2007, expresado en miles de USD y toneladas

País	Valor (en miles de USD)	Volumen (en toneladas)	Crecimiento 2003 -2007 %	Principales productos exportados
Países Bajos (Holanda)	3.145.285	929.466	8	Chocolate y demás preparaciones (40%); Manteca, grasa y aceite de cacao (34%); Cacao en polvo (13%); Pasta de cacao (10%); Cacao en grano (3%)
Alemania	2.975.256	693.885	15	Chocolate y demás preparaciones (91%); Pasta de cacao (4%); Manteca, grasa y aceite de cacao (2%); Cacao en polvo (2%); Cacao en grano (1%)

Bélgica	2.566.617	608.855	12	Chocolate y demás preparaciones (87%); Cacao en grano (12%); Manteca, grasa y aceite de cacao (1%)
Costa de Marfil	2.204.547	1.110.981	0	Cacao en grano (65%); Pasta de cacao (14%); Manteca, grasa y aceite de cacao (10%); Cáscara y demás residuos de cacao (1%)
Francia	1.776.832	443.516	5	Chocolate y demás preparaciones (69%); Manteca, grasa y aceites de cacao (21%); Cacao en polvo (5%); Pasta de cacao (5%)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (enero 2009)

Las exportaciones de cacao de Países Bajos, el año 2008 fueron de USD746,7 millones el primer trimestre, USD888,5 millones el segundo trimestre, USD1,1 billones el tercer trimestre y USD996,7 millones el cuarto trimestre. Por su parte, las exportaciones de Alemania fueron USD848,7 millones el primer trimestre, USD691,2 millones el segundo trimestre, USD1 billón el tercer trimestre y USD1 billón el cuarto trimestre. En el caso de Bélgica, las exportaciones de cacao de este país fueron de USD671,1 millones el primer trimestres, USD498,1 millones el segundo trimestre, USD776,5 millones el tercer trimestre y USD750,2 millones el cuarto trimestre.

Tendencias

El consumo del cacao esta íntimamente ligado a la producción de chocolate en el mundo, por lo que las tendencias que se dan en este mercado marcan las tendencias de consumo y producción para el cacao.

- Los puntos de venta de comida rápida y de chocolate están siendo ampliamente beneficiados de los cada vez más frecuentes "snacks" (pequeñas comidas) que las personas tienen en la UE, ya que ellos no solo se limitan a las tradicionales tres comidas diarias sino que tienen pequeñas meriendas rápidas durante el transcurso del día, por lo que el consumo del chocolate aumenta.
- La tendencia en la UE a consumir productos más saludables, es alentada por las campañas de marketing que muestran al chocolate como un producto saludable. Esto está conduciendo a un cambio hacia el consumo del chocolate negro, el cual marcará la tendencia en consumo del futuro. Este específico "chocolate saludable", está relacionado con la comercialización de chocolates con un contenido bajo de azúcar, o con el uso de otros edulcorantes y con el uso de especies de cacao con un alto contenido de Polifenol. Gran parte de la investigación que se está realizando se enfoca en las especies de cacao que contienen este tipo de sustancias antioxidantes por lo que las especies conocidas tienen una mayor demanda.

- La "conveniencia" y las "pequeñas porciones" de los productos son una importante tendencia en el mercado, principalmente en los países europeos, ya que son cada vez más las personas que trabajan fuera de casa (incluidas las mujeres) y estas tienen vidas sociales muy ocupadas, lo cual a originado un aumento en la demanda de productos de consumo rápido como las barras de chocolate, máquinas fáciles de usar en casa para preparar café y cappuccino, etc.
- El creciente aumento de la consciencia de las personas sobre temas sociales y medioambientales; especialmente en Europa, ha originado en los exportadores y productores la necesidad de certificar sus productos con etiquetas u otras certificaciones que garanticen el buen manejo y cuidado de estos factores, lo cual ofrece ventajas comparativas y una consideración preferencial por parte de las empresas importadoras de cacao al momento de seleccionar proveedores. Un ejemplo de este tipo de certificaciones es la Etiqueta de Comercio Justo (Fair Trade Label) que es un sistema que potencia el papel de los productores menos favorecidos afrontando la injusticia de los precios y garantizando a estos productores acuerdos comerciales y precios justos con sus clientes.
- Recientemente, se han estado realizando más investigaciones sobre los atributos nutricionales y saludables del cacao y el chocolate. Los hallazgos indican que algunos componentes del cacao, pueden reducir el colesterol, ayudando a prevenir enfermedades cardiovasculares. Se ha probado que su alto contenido de antioxidantes, los cuales superan a los encontrados en el vino y el té, ayudan a reducir el riesgo de cáncer. Como consecuencia de estos hallazgos positivos, la demanda de chocolates negros y con un alto contenido de cacao ha aumentado. Esta nueva tendencia tiene un impacto directo en la composición de la demanda del cacao debido a que: a) aumenta la demanda del cacao porque el chocolate negro tiene un contenido de cacao más alto que otras tabletas de chocolate y b) porque aumenta la demanda de granos de cacao de alta calidad, lo cual es necesario para obtener la materia prima clave (licor de cacao) en la producción del chocolate, puesto que este juega un papel fundamental en la determinación del sabor final del chocolate.

Canales de distribución

Usualmente la exportación de cacao y sus preparaciones se la realiza vía traders aunque en algunos casos se la realiza directamente a los procesadores de cacao y los procesadores de alimentos. El cacao es producido en pequeñas plantaciones o granjas; pero existen grandes plantaciones en Brasil, Ecuador y Malasia. Este tipo de plantaciones son frecuentemente propiedad de corporaciones internacionales o sino, estas producen exclusivamente para ellas. Todo el proceso inicial desde la extracción del grano, la fermentación y el secado, es realizado directamente en la finca. Además es cada vez más frecuente el procesamiento de los granos en el país de origen, después de que la manteca de cacao, el polvo y la pasta son exportados.

Precios

La Organización Internacional del Cacao (ICCO), posee datos completos sobre los precios diarios del grano de cacao, los cuales son actualizados diariamente.

Los precios del cacao son determinados realizando la media de las cotizaciones en la Terminal de Mercado de Cacao de Londres y en la Cámara de Comercio de Nueva York los cuales son las dos plataformas principales de negociación, en las que el precio del cacao es determinado. El precio del grano de cacao mostró un incremento dramático

entre el año 2000 y 2002, hasta un máximo de casi €2000 (aprox. USD1.845) por tonelada. Sin embargo, hasta el año 2004 los precios disminuyeron a un mínimo de un poco más de €950 (aprox. USD1.154) por tonelada en junio de 2004 con efectos devastadores para los agricultores de cacao en todo el mundo. Hasta principios de 2007, el promedio mensual de los precios se mantuvieron a un mayor nivel, entre € 1200 (aprox. USD1.738) y un poco más de €1300 (aprox. USD1.883) por tonelada. En diciembre de 2007, el precio del cacao llegó a €1.451 (aprox. USD2.113) por tonelada, debido a factores relacionados con el clima. En enero de 2008, a consecuencia de la especulación de mercado y las inversiones en el mercado de commodities, el precio del cacao ha seguido aumentando, con un precio medio diario de €1.460 (aprox. USD2.147) por tonelada (ICCO, 2008).

Para el futuro, el boletín anual sobre cacao de ICCO prevé un incremento en los precios entre el 2008 - 2012. Estas proyecciones están basadas en las reservas (basados en la oferta y demanda de granos) y el tamaño de las reservas comparadas con las molineras. Se espera que entre el 2006 y 2012 los precios se incrementen a un 11% por encima del precio promedio 2006 - 2007. Por otro lado hay que notar que el incremento de precios está medido en SDR (Special Drawing Rights); por lo tanto, al aplicar este incremento a los precios en dólares americanos se debe tener mucho cuidado debido a la fluctuación diaria de los precios del cacao.

Puntos críticos de acceso a mercados

Como exportador boliviano que se prepara para acceder a mercados extranjeros, es necesario ser consciente de los requerimientos de acceso a los mercados de tus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son demandados a través de la legislación, etiquetas, códigos y administración de sistemas. Estos requerimientos están basados en temas del medio ambiente, la salud, la seguridad del consumidor y en intereses sociales que diferirán de acuerdo al producto y al país que se quiere exportar.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes en la UE son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- **Físicos:** partes plásticas en una lata de vegetales
- **Químicos:** detergentes en jarras
- **Microbiológicos:** sopa de pescado deteriorada
- **Macrobiológicos:** ratones

Trazabilidad

Bajo la Ley europea, "trazabilidad" significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animal productor de alimento o sustancia que será usada para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE. La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

Los requisitos mencionados anteriormente son solo los requisitos generales para el sector alimentos en la UE pudiendo existir requerimientos adicionales que deben ser cumplidos y que pueden variar de acuerdo al país que se pretende acceder. Uno de estos requisitos es la Regulación (EEC) 2092/91 sobre Producción Orgánica en la UE, la cual establece las reglas principales para productos orgánicos, incluyendo el etiquetado, las reglas de producción y la inspección de los sistemas.

Para mayor información sobre los requisitos exigidos para la introducción de cacao y sus preparaciones en la UE, se recomienda buscar en:

- Centro de Promoción de Importación desde Países en Desarrollo - www.cbi.eu/marketinfo - Esta sección contiene un menú desplegable el cual filtra la información de acuerdo al sector industrial seleccionado y al país que se quiere exportar, mostrando toda la información relacionada al sector o al producto en cuestión.
- www.exporthelp.europa.eu - Sitio Web creado para facilitar a los países en desarrollo el acceso al mercado europeo. En la sección de "Requisitos y Gravámenes" se puede encontrar toda la información necesaria sobre los requisitos para introducir cualquier producto en la UE.

Oportunidades

- Países Bajos y también Alemania ofrecen grandes oportunidades de entrar al mercado, debido a su gran capacidad de producción y su función comercial.
- La UE ofrece buenas oportunidades ya que la demanda de granos orgánicos de cacao está en aumento, puesto que tanto los procesadores europeos como los importadores especializados están viendo un incremento en la demanda de

productos de cacao orgánico por parte de sus compradores (mayormente fabricantes de chocolate). Se espera que este incremento continúe en los siguientes años.

- La demanda de cacao de origen único y de alta calidad es bastante grande en la UE. Sin embargo solo algunos orígenes son de interés, como ser Venezuela y Ecuador.
- Las perspectivas futuras del cacao son muy buenas. La oferta supera ampliamente a la demanda y cada año la diferencia es mayor. Así mismo, las tendencias que ubican al chocolate como un alimento y no como golosina, con las investigaciones que demuestran que el chocolate negro es bueno para la salud y con China e India que empiezan a consumir chocolate, seguramente la diferencia entre oferta y demanda mantendrá la tendencia creciente.

Ferias y sitios de comercio virtual

- **Sial – El sitio de mercado global de alimentos** – es una vitrina de innovación y una verdadera plataforma de negocios a nivel mundial. Es la feria líder para la industria de alimentos. Para más información, dirigirse a: <http://www.sial.fr>
- **Asociación Internacional de Ferias de América – AFIDA**- Contiene un motor de búsqueda de ferias y eventos de distintas industrias en América. La dirección es: <http://www.afida.org>
- **Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales** - Es el sitio oficial de la Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales. Entre otros, contiene un listado de las 450 asociaciones y las 450.000 compañías miembros de la Federación; las cuales están dedicadas a la promoción del comercio internacional, a la importación - exportación de productos, a la administración de logística internacional y muchas más. La dirección es: <http://www.fita.org>
- **Prochile** - En el sector de "ferias internacionales" ofrece un listado de distintas ferias del sector de alimentos, industrias y servicios a realizarse en distintas partes del mundo. <http://www.prochile.cl>
- **ABCDirect** - Este Sitio Web contiene un directorio de más de 120.000 compañías, clasificadas en 50.000 productos y más de 100.000 marcas. La dirección es: <http://www.abcdirect.nl>
- **Europages** - Motor de búsqueda B2B europeo, el cual tiene catalogados a 1.500.000 proveedores, fabricantes y distribuidores en Europa y a nivel internacional. Para más información dirigirse a: <http://www.europages.com>
- **Biztradeshows** - Contiene un motor de búsqueda de ferias de todas las industrias las cuales pueden ser filtradas por industria, por país, por fecha y por organizador. La dirección es: <http://www.biztradeshows.com>

Fuentes de información

Sitios Web

- Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo
www.cbi.eu
- Export Help Desk
www.exporthelp.europa.eu
- Fairtrade Labelling Organization (FLO) International
www.fairtrade.net

- LIFFE
www.liffe-commodities.com
- New York Board of Trade
www.nybotlive.com
- Organización Internacional del Cacao (ICCO)
www.icco.org
- Trade statistics for international business development - TRADE MAP
www.trademap.org

Fuentes fotográficas

- www.hipernova.cl
- www.vitonica.com
- www.redpizarra.org