

PERFIL DE MERCADO CACAO



Julio 2009

Índice

Sumario

1. Introducción	1
1.1. Descripción del producto.....	1
1.2. Partidas arancelarias	1
1.3. Metodología	1
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.....	3
3. Principales mercados importadores en el mundo	5
4. Principales competidores.....	7
5. Tendencias en el mercado	11
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento	11
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento.....	11
5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio	12
5.4. Tendencias en los segmentos	14
5.5. Desarrollo de los precios.....	14
6. Tendencias en el producto.....	15
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación	15
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto	15
6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado.....	16
7. Puntos críticos de acceso a mercados	17
7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP.....	17
7.2. Trazabilidad	17
7.3. Requisitos generales para todos los productos.....	18
7.4. Requisitos específicos para el cacao	18
7.5. Aranceles.....	19
8. Oportunidades	20
9. Ferias y sitios de comercio virtual.....	21
9.1. Ferias.....	21
9.2. Sitios de comercio virtual.....	21
Fuentes de información	22
Fuentes fotográficas.....	22

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.

Conozca los principales destinos de las exportaciones bolivianas

Los principales destinos de las exportaciones bolivianas de cacao en el año 2008 fueron: Suiza, Alemania e Italia. Los principales productos exportados fueron cacao en grano, manteca y pasta de cacao.

Entérese cuales son los mercados importadores más grandes de cacao en el mundo

Los principales mercados importadores de cacao y sus productos en el año 2008 son Estados Unidos de América, Alemania y Malasia.

Conozca a los principales competidores en el mundo

Los principales países exportadores de cacao y sus productos en el año 2008 fueron: Costa de Marfil, Indonesia y Malasia. Sin embargo, los competidores directos de Bolivia en los mercados a los cuales exporta sus productos son: Países Bajos, Costa de Marfil y Ghana.

Esté al tanto de las tendencias en el mercado para el cacao

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.

Conozca las tendencias existentes para productos de cacao

Tanto el cacao en grano como los productos del cacao (cáscara, películas y residuos; pasta de cacao (desgrasada); manteca, grasa y aceite; cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante) son utilizados por las industrias de bienes finales que están altamente concentradas, las cuales usan estos productos de cacao para elaborar chocolate, confites de cacao, bebidas e incluso en la industria cosmética (manteca de cacao.)

1. 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 (Unión Europea y Estados Unidos de América) 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.

1.1. Descripción del producto



El cacao se conoce científicamente como *Theobroma cacao*, su nombre científico proviene del griego "Theos" que significa "Dios" y "broma" que significa alimento. Este nombre fue acuñado por el botánico Lineo en referencia a la importancia que tenía esta planta para los nativos americanos.

Los frutos del cacao son unas bayas alargadas y con costillas de hasta 30cm de largo que se vuelven de un marrón rojizo brillante, marrónáceo oscuro o negro café cuando maduran. En su interior, envueltas en una pulpa lechosa, se encuentran unas 20 a 40 semillas a partir de las cuales se elabora el polvo de cacao.

Es una planta cuyo fruto tiene múltiples usos. Según estudios realizados 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.

1.2. 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

1.3. 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 cacao. 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 el periodo correspondiente a las dos últimas gestiones disponibles del 2007 al 2008, 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.

2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

Las exportaciones bolivianas de cacao al mundo en el año 2008 fueron de aproximadamente USD 2,1 millones equivalentes a aproximadamente 396 toneladas, con un crecimiento del 16% en valor en el periodo 2007-2008.

Las exportaciones de cacao se dieron en las siguientes formas:

- Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.....	28%
- Cáscara, películas y demás residuos de cacao	1%
- Pasta de cacao incluso desgrasada	20%
- Manteca de cacao	37%
- Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante....	14%

- ➔ El año 2008, Suiza fue el principal destino de exportación del cacao boliviano (58% del total exportado por Bolivia al mundo en ese año). Los principales productos de cacao exportados ese año a Suiza fueron: manteca de cacao, cacao en grano y pasta de cacao.
- ➔ El incremento que tuvieron las exportaciones bolivianas a Suiza entre los períodos 2007- 2008 fue del 20% mientras que la tasa de crecimiento de las importaciones de Suiza para los productos de cacao mencionados anteriormente fue de 27%, lo cual refleja que las exportaciones bolivianas de cacao perdieron competitividad en ese país durante los mismos períodos.
- ➔ Por otro lado, Bolivia sufrió una disminución en las exportaciones a Alemania, el cual es a su vez el segundo mercado más grande de Bolivia para estos productos. Las exportaciones a Alemania decrecieron en un 12% entre los períodos 2007 - 2008 mientras que el incremento de las importaciones totales de dicho país para estos productos durante el mismo período de tiempo fue de 23%.
- ➔ En el caso de Italia, el tercer mercado más grande de Bolivia para los productos de cacao, Bolivia tuvo un crecimiento en las exportaciones hacia ese país del 37% para el periodo 2007-2008, mientras que el incremento de las importaciones totales para estos productos fue de 24% para el mismo periodo, lo que muestra que Bolivia ha fortalecido su posición en el mercado de cacao de dicho país.

En el siguiente cuadro se pueden apreciar los principales siete destinos de las exportaciones bolivianas de cacao en el año 2008 en volumen y valor, además de los principales productos de cacao exportados hacia dicho destino.

Perfil de mercado Cacao

Cuadro N° 2.1
Principales destinos de exportación de cacao
Año 2008, expresado en USD y kilogramos

País	Valor (USD)	Volumen (kg)	Crecimiento 2007-2008 %	Principales productos exportados
Suiza	1.203.053	196.242	19	Manteca de cacao (60%); Cacao en grano (29%); Pasta de cacao (10%)
Alemania	517.881	110.200	-12	Pasta de cacao (55%); Cacao en polvo (28%); Manteca de cacao (12%)
Italia	175.496	40.722	37	Cacao en grano (51%); Cacao en polvo (49%)
Países Bajos	81.580	15.830	Nd	Cacao en grano (100%)
Argentina	56.635	20.631	455	Cacao en grano (100%)
Japón	27.156	5.561	6	Cacao en polvo (100%)
Estados Unidos de América	21.507	6.654	-21	Cacao en polvo (75%); Pasta de cacao (25%)
Total	2.083.308	395.840		

Nd: No disponible

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - INE (junio 2009)
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Datos preliminares de enero a abril del año 2009 muestran que las exportaciones bolivianas de cacao y sus productos fueron de USD754.795.- equivalentes aproximadamente a 148 toneladas; los siguientes países fueron los principales destinos: Suiza con el 69% del total del valor exportado, Alemania con el 26% y los Países Bajos con el 4% del total de las exportaciones de cacao hasta abril del 2009.

El principal producto exportado en el periodo comprendido entre enero y abril del presente año fue el grano de cacao, abarcando aproximadamente el 39% del total de las exportaciones en valor, seguido de la manteca de cacao con el 33% y la pasta de cacao sin desgrasar con el 16%.

3. Principales mercados importadores en el mundo

En el año 2008, los mercados importadores de cacao más grandes del mundo fueron: Estados Unidos de América, Alemania y Malasia. Los productos más importados por estos países fueron el cacao en grano y la manteca de cacao.

Cuadro N° 3.1
Principales mercados importadores de cacao en el mundo
Año 2008, en miles de USD y toneladas

País	Valor (en miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento En valor 2007-2008 %	Principales productos importados
Estados Unidos de América	1.952.491	638.605	39	Cacao en grano (48%); Manteca, grasa y aceite de cacao (34%); Cacao en polvo (10%)
Alemania	1.637.893	520.806	23	Cacao en grano (49%); Manteca, grasa y aceite de cacao (33%); Pasta de cacao (12%)
Malasia	1.210.842	554.687	49	Cacao en grano (97%)
Francia	1.139.044	364.069	12	Manteca, grasa y aceite de cacao (37%); Cacao en grano (36%); Pasta de cacao (19%)
Bélgica	1.100.839	312.000	14	Cacao en grano (42%); Manteca de cacao (41%); Pasta de cacao (13%)
Reino Unido	669.619	225.017	8	Cacao en grano (47%); Manteca, grasa y aceite de cacao (39%)
Federación de Rusia	531.558	167.315	30	Manteca, grasa y aceite de cacao (34%); Cacao en grano (30%); Pasta de cacao (24%); Cacao en polvo (12%)
Italia	441.880	136.152	24	Cacao en grano (41%); Manteca, grasa y aceite de cacao (32%); Pasta de cacao (13%); Cacao en polvo (13%)

Fuente: Trade Map (julio 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Perfil de mercado Cacao

Las importaciones de cacao en el primer trimestre del año 2008 de Estados Unidos de América fueron de USD577,3 millones; comparando esa cifra con la del mismo periodo del año 2009, que fue de USD545,5 se muestra una disminución de aproximadamente 6%.

Por su parte, las importaciones de cacao de Alemania en el primer trimestre del año 2008 fueron de USD292,5; comparando esa cifra con la del mismo periodo del año 2009, que fue de USD279,2 se muestra una disminución de aproximadamente 5%.

En el caso de Malasia, no existen datos actualizados de las importaciones del primer trimestre del año 2009.

4. Principales competidores

En el año 2008, los principales países exportadores de cacao en el mundo fueron Costa de Marfil, Indonesia y Malasia. Los productos más exportados por estos países fueron las mantecas, grasas y aceites de cacao así como cacao en polvo sin adiciones de azúcar y cacao en grano.

Cuadro N° 4.1
Principales países exportadores de cacao
Año 2008, expresado en miles de USD y toneladas

País	Valor (en miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento 2007-2008 %	Principales productos exportados
Costa de Marfil	2.644.123	1.068.428	24	Cacao en grano (66%); Pasta de cacao (16%); Manteca, grasa y aceite de cacao (11%)
Indonesia	1.243.809	502.725	38	Cacao en grano (69%); Manteca, grasa y aceite de cacao (26%)
Malasia	904.649	719.948	34	Manteca, grasa y aceite de cacao (69%); Cacao en polvo (20%)
Francia	659.138	160.396	21	Manteca, grasa y aceite de cacao (69%); Cacao en polvo (16%); Pasta de cacao (14%)
Alemania	366.718	125.824	42	Manteca, grasa y aceite de cacao (40%); Pasta de cacao (33%); Cacao en polvo (22%)
Bélgica	349.879	131.049	5	Cacao en grano (91%); Manteca de cacao (6%)
Brasil	267.513	67.905	12	Manteca, grasa y aceite de cacao (66%); Pasta de cacao (19%); Cacao en polvo (15%)
Estados Unidos de América	251.046	101.873	5	Manteca, grasa y aceite de cacao (43%); Pasta de cacao (26%); Cacao en grano (16%); Cacao en polvo (15%)

Fuente: Trade Map (julio 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

No existen datos actualizados de las exportaciones de Costa de Marfil, Indonesia y Malasia al primer trimestre del año 2009 hasta el término del presente estudio.

Los competidores directos de Bolivia en sus principales mercados son: Países Bajos, Costa de Marfil y Ghana.

Perfil de mercado Cacao

Cuadro N° 4.2

Competidores: Proveedores de cacao para los principales mercados de Bolivia

Destino	Proveedores	Principales Productos
Suiza	Países Bajos	manteca, grasa y aceite de cacao; cacao en grano; cacao en polvo; pasta de cacao
	Ghana	cacao en grano
	Francia	manteca, grasa y aceite de cacao; pasta de cacao; cacao en grano; cacao en polvo
	Ecuador	cacao en grano
Alemania	Países Bajos	manteca de cacao, grasa y aceite de cacao; pasta de cacao; cacao en polvo; cacao en grano
	Costa de Marfil	cacao en grano; pasta de cacao
	Togo	cacao en grano
	Nigeria	cacao en grano
Italia	Países Bajos	manteca de cacao, grasa y aceite de cacao; pasta de cacao; cacao en polvo
	Costa de Marfil	cacao en grano; manteca de cacao, grasa y aceite de cacao; pasta de cacao
	Ghana	cacao en grano; pasta de cacao

Fuente: Trade Map (junio 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Competidores según producto

- **Manteca, grasas y aceite de cacao:** Países Bajos y Francia
- **Cacao en grano:** Países Bajos, Ghana, Costa de Marfil, Francia, Togo, Nigeria
- **Cacao en polvo:** Países Bajos, Francia
- **Pasta de cacao:** Países Bajos, Francia, Costa de Marfil, Ghana

Debido a las condiciones climáticas, no existe producción de granos de cacao en la Unión Europea. Por lo que las exportaciones de granos de cacao de algún país europeo, se trata en realidad de re-exportaciones. Sin embargo, la Unión Europea (UE) es la más grande molienda de granos de cacao en el mundo, por lo que estas moliendas son también competidores de los países en desarrollo en el mercado de la UE y el mercado mundial para los productos de cacao procesados.

Empresas productoras y exportadoras de productos de cacao por país

Alemania

- GOLDMÄNNCHEN-TEE
Sitio Web: www.goldmaennchen-tee.de
Productos: Cacao
- HINTZ FOODSTUFF PRODUCTION GMBH
Sitio Web: www.hintz.de
Productos: Polvo de cacao
- J. J. DARBOVEN INTERNATIONAL GMBH
Sitio Web: www.darboven.com

Productos: Cacao

- MOLDA AG

Sitio Web: www.molda.de

Productos: Polvo de manteca de cacao

- REXIM LEBENSMITTELPRODUKTION KG

Sitio Web: www.rexim-lebensmittel.de

Productos: Polvo de cacao

- NESTLE DEUTSCHLAND AG

Sitio Web: www.nestle.de

Productos: Polvo de cacao instantáneo

- SCHLÄETER & MAACK GMBH & CO.

Sitio Web: www.schlueter-maack.de

Productos: Cacao

- SCHOKINAG-SCHOKOLADE-INDUSTRIE HERRMANN GMBH & CO. KG

Sitio Web: www.schokinag.de

Productos: Polvo de cacao - manteca de cacao - productos de cacao semi-terminados

- WILHELM REUSS GMBH & CO. KG LEBENSMITTELWERK

Sitio Web: www.wilhelmreuss.de

Productos: Cacao

Brasil

- ADM BRASIL LTDA

Sitio Web: www.admbr.com.br

Productos: cacao

- CARGILL AGRÍCOLA S.A.

Sitio Web: www.cargill.com

Productos: cacao

Costa de Marfil

- CARGILL WEST AFRICA S.A.

Sitio Web: www.cargill.com

Productos: cacao

Ecuador

- COLONIAL COCOA DEL ECUADOR S.A.

Sitio Web: www.colonialcocoa.com

Productos: Cacao

Malasia

- AGRITRADEX MALAYSIA SDN BHD

Sitio Web: www.agritradex.com

Productos: Polvo de cacao

- JUTAWAN MUDA ENTERPRISE
Sitio Web: www.jutawan.com.my
Productos: Polvo de cacao

- K.L.KRIS FOOD INDUSTRIES SDN. BHD.
Sitio Web: www.krisfood.com
Productos: Polvo de cacao - licor de cacao-cacao - manteca de cacao - chocolate -
especies

- MUNCHY FOOD INDUSTRIES SDN. BHD.
Sitio Web: www.mymunchy.com
Productos: Productos de Cacao

Nigeria

- CARGILL VENTURES LTD.
Sitio Web: www.cargill.com
Productos: cacao

Países Bajos

- BREDABEST B.V.
Sitio Web: www.bredabest.com
Productos: Productos de cacao

- DUTCH COCOA B.V.
Sitio Web: www.dutchcocoa.nl
Productos: Licor de cacao - polvo de cacao - manteca de cacao

- TRADIN ORGANIC AGRICULTURE B.V.
Sitio Web: www.tradinorganic.com
Productos: Cacao

5. Tendencias en el mercado

5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento



En el caso particular del cacao, no se habla de consumo sino más bien de demanda industrial ya que de la molienda de cacao se producen ingredientes los cuales son utilizados por usuarios industriales como ser fabricantes de chocolates y procesadores de alimentos. En contraste, el consumo de cacao es desconocido, debido a que los productos del cacao son procesados en un amplio rango de productos.

El consumo del cacao está 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.

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 el 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.

5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

→ En lo que se refiere a la pasta, manteca y polvo de cacao, en los años venideros la UE seguirá siendo la principal área de producción en el mundo. Se espera que la producción de Alemania se incremente. El sector de procesamiento de cacao europeo está fuertemente consolidado y gracias a sus modernas técnicas de producción, es muy capaz de competir con otras regiones.



→ La calidad de los productos europeos procesados de cacao es considerada de calidad superior y obtienen un precio más alto que el de sus contrapartes africanas. Por lo tanto, se espera que el papel de los países en desarrollo se mantenga limitado.

→ El creciente aumento de la conciencia 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

Perfil de mercado Cacao

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, ayuda 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: aumenta la demanda del cacao porque el chocolate negro tiene un contenido de cacao más alto que otras tabletas de chocolate y 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.

5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio

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 por lo general de propiedad de corporaciones internacionales o sino, éstas 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.
- Las empresas procesadoras de cacao pueden ser divididas en dos tipos. En primer lugar, la industria de molienda que produce pasta, manteca y polvo de granos de cacao (también torta de cacao).
- En segundo lugar, las empresas procesadoras que compran productos procesados de cacao (en general manteca de cacao) para procesarlos, con la meta de vender éstos a ciertos fabricantes de productos finales.

Uno de los más importantes procesadores y trader de granos de cacao es Armajero (Reino Unido <http://www.armajero.com>) con producción en Hamburgo, Francia e Indonesia.

También tiene acciones en Indcresa (España <http://www.indcresa.com>) uno de los más grandes productores de cacao en polvo en Europa y es dueño de Unicom, un gran trader en Ámsterdam.

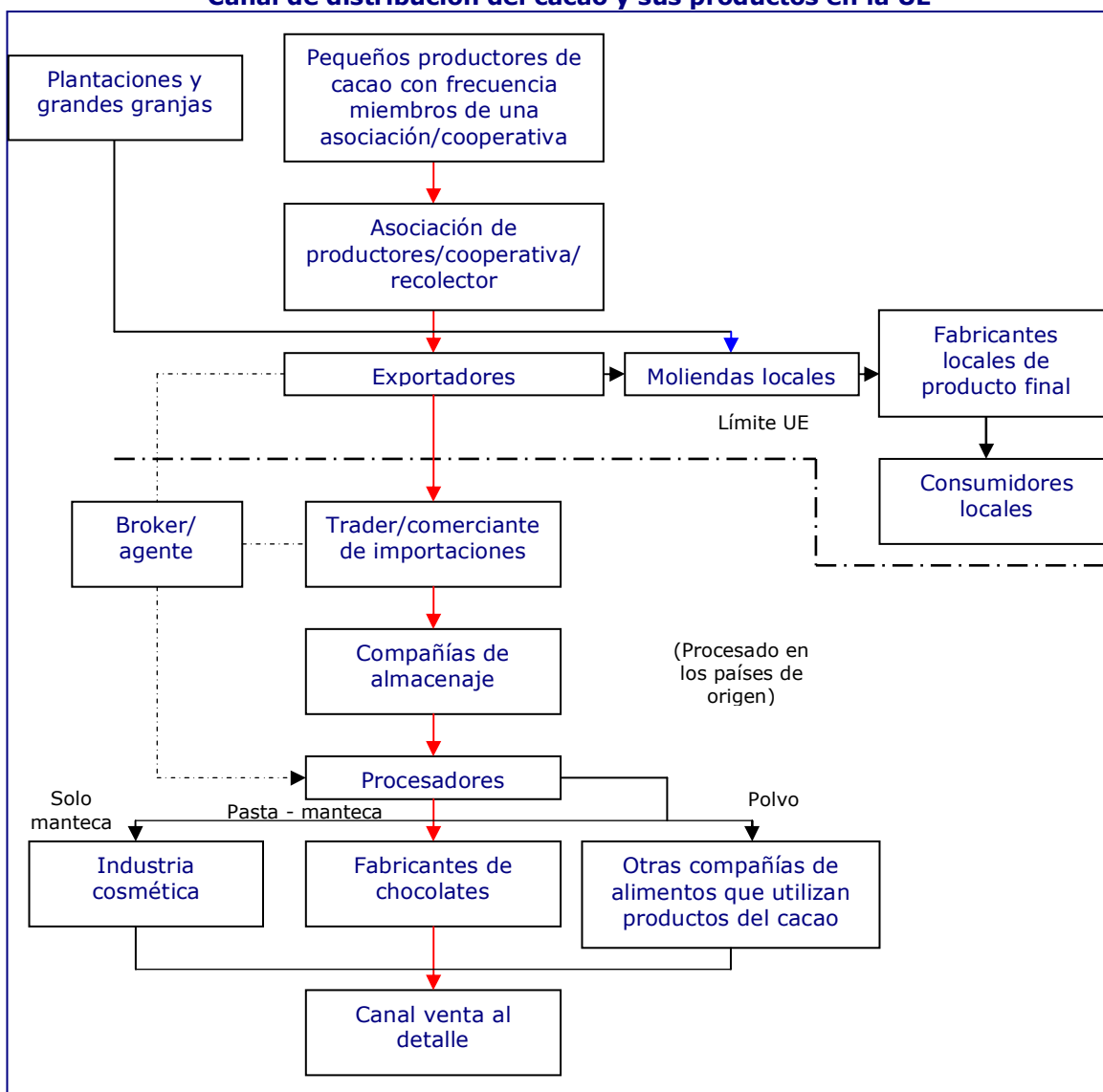
Perfil de mercado Cacao

Algunos de los más grandes productores están ubicados en los Países Bajos como ser Gerkens (<http://www.gerkenscacao.com>), una subsidiaria de Cargill, ADM (<http://www.admworld.com>), Schoemaker (<http://www.janschoemaker.com>) y Dutch Cocoa (<http://www.dutchcocoa.com>).

Dentro de los productores alemanes incluyen a Euromar (<http://www.euromar.de>) y a Schokinag (<http://www.schokinag.de>), mientras que los grandes productores españoles incluyen Moner & Llacuna (<http://www.hotfrog.es/Empresas/Moner-y-Llacuna>) y Natra (<http://www.natracacao.com>).

A continuación, se muestra el esquema de comercialización del cacao en la UE

Gráfico N° 5.1
Canal de distribución del cacao y sus productos en la UE



Fuente: Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo – CBI (mayo 2008)
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

Como se puede apreciar en la figura anterior, el esquema de comercialización más utilizado es el que empieza con los pequeños productores, para luego pasar por la asociación de productores y de ahí hacia los exportadores, posteriormente entra la figura del trader seguido de las compañías de almacenaje del grano. Luego el cacao pasa por los procesadores y después se venden a los fabricantes de chocolate ya que éste es el principal destino de la mayoría de los granos de cacao y por último se llega con el producto procesado y convertido en chocolate a los canales de venta al detalle.

5.4. Tendencias en los segmentos

La industria del chocolate usa alrededor del 90% del total del cacao producido a nivel mundial, según Caobisco. El otro 10% del cacao es usado en la producción de saborizantes para productos alimenticios, bebidas y hasta en una extensión limitada en productos cosméticos (manteca de cacao).

Menos del 5% de la manteca de cacao es usada en cosméticos. Estos productos incluyen cacao para hornear, mezcla de cacao caliente, mezclas para hornear, helado, cereales de desayuno y otra comida empaquetada, así como también productos de cuidado corporal hechos de manteca de cacao.

5.5. Desarrollo de los precios

Los precios para los granos de cacao se encuentran disponibles rápidamente mientras que los precios para otros productos de cacao como ser polvo, licor y pasta son más difíciles de identificar y están disponibles para un rango más pequeño de orígenes y grados.

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 €2.000.- (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 del 2004 con efectos devastadores para los agricultores de cacao en todo el mundo.
- ➔ Hasta principios del año 2007, el promedio mensual de los precios se mantuvieron a un mayor nivel, entre €1.200.- (aprox. USD1.738) y un poco más de €1.300.- (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 del 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 año 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 los

precios se incrementen a un 11% por encima del precio promedio para el año 2006 - 2007.

→ Por otro lado hay que notar que el incremento de precios está medido en SDR (Special Drawing Rights o Derechos Especiales de Giro en español) 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.

A continuación se muestran los precios promedios de la tonelada de cacao en dólares americanos según ICCO desde enero hasta mayo del presente año:

- Enero 2009 USD2.626,00.-
- Febrero 2009 . USD2.647,59.-
- Marzo 2009.... USD2.509,97.-
- Abril 2009..... USD2.555,17.-
- Mayo 2009..... USD2.480,74.-
- Junio 2009..... USD2.700,36.-

Al término del presente estudio, el precio de la tonelada de cacao fue de USD2.602,89.- según precios diarios de ICCO (9 de julio de 2009).

6. Tendencias en el producto

6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

Tanto el cacao en grano como los productos del cacao: cáscara, películas y residuos; pasta de cacao (desgrasada); manteca, grasa y aceite; cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante son utilizados por las industrias de bienes finales que están altamente concentradas, las cuales usan estos productos de cacao para elaborar chocolate, confites de cacao, bebidas e incluso en la industria cosmética (manteca de cacao.) Por lo que la elaboración de productos finales utilizando ingredientes del cacao es bastante amplia.

6.2. Tendencias en las especificaciones del producto

El cacao y los productos de cacao se definen a continuación:

- Pasta de cacao



La pasta de cacao llamada también licor se refiere a las partículas de cacao suspendidas en la manteca de cacao. La pasta de cacao es prensada para extraer la manteca de cacao dejando una masa sólida llamada torta de cacao prensada, la cual es pulverizada para hacer polvo de cacao. La torta de cacao también es comercializada por separado pero principalmente a escala continental y es de interés limitado para los productores en los países en desarrollo. La pasta de cacao es usada directamente en la producción de chocolate.

- Polvo de cacao



El polvo de cacao contiene no menos del 20% de manteca de cacao según el peso de la materia seca y no más del 9% de agua. El polvo de cacao con grasa reducida significa que el polvo de cacao

contiene menos del 20% de manteca de cacao. El polvo de cacao es usado en una amplia gama de productos alimenticios y bebidas.

- Manteca de cacao



Designa a la grasa obtenida de los granos de cacao o de sus partes como máximo 1,75% de contenido de ácido oleico libre y máximo de 0,5% de materia insaponificable, excepto para la manteca prensada de cacao para la cual el máximo es de 0,35%. La manteca de cacao es el único producto que es usado fuera del sector de alimentos, por ejemplo en cosméticos.

Respecto a las reglamentaciones de acceso a mercado del grano de cacao existen dos tipos, una referente a la calidad del grano y otra referente a las especificaciones de los empaques.

En lo que se refiere a la calidad del grano, la norma más estricta es impuesta por la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), cuyas normas en cacao son más estrictas a nivel nacional que la orden modelo de clasificación del cacao publicada por la Organización Internacional de Normalización ISO.

La FDA impone un límite legal de granos dañados más bajo, no se acepta el producto si la utilización de pesticidas prohibidos ha sido llevada a cabo aunque no existan residuos en el momento del análisis y se impone una detención obligatoria previa al muestreo como detención automática.

En la Unión Europea se usan los límites de material dañado ISO, se acepta automáticamente el producto si no hay residuos prohibidos y no existe una detención automática, aunque sí una revisión obligatoria.

Respecto a los empaques, el comercio internacional se realiza en sacos cosidos de yute, sisal e hilados de polipropileno.

Los sacos deben cumplir los siguientes tres criterios: no pueden utilizarse ingredientes tóxicos, debe tener un bajo nivel de compuestos saponificables y las características organolépticas de olor normal.

6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado

La producción de productos de cacao puede ser dividida en dos procesos principales: la producción de los granos de cacao crudos y el procesamiento de los granos. La producción del grano de cacao consiste en los siguientes:

- Cultivar los granos de cacao
- Curar los granos de cacao
- Transportar y almacenar

La industria de cacao procesa los granos crudos de cacao en productos semi-manufacturados como ser: licor de cacao, manteca de cacao y polvo de cacao. El proceso de producción de cacao puede dividirse en los siguientes pasos:

- Limpiar los granos

- Quebrar los granos
- Separar las cáscaras y los nibs*
- Preparar los nibs
- Quemar los nibs
- Moler los nibs
- Prensar para separar el licor de cacao en manteca de cacao y polvo de cacao
- Moler el cacao prensado para transformarlo en polvo de cacao

* Pedazos limpios quebrados del cotiledón de la semilla de cacao la cual permanece después de los procesos de tostado, quebrado y aventado.

7. 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.

7.1. 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

7.2. 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.

7.3. Requisitos generales

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

7.4. Requisitos específicos para el cacao

En el caso específico del cacao, los requisitos adicionales a los anteriores que se deben cumplir son los siguientes:

Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado

- Etiquetado de productos alimenticios
- Productos de producción ecológica

Cáscara, películas y demás desechos de cacao

- Productos de producción ecológica

Perfil de mercado Cacao

Pasta de cacao, incluso desgrasada; manteca, grasa y aceite de cacao; cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Etiquetado de productos alimenticios
- Productos de producción ecológica

Estos requisitos son a manera de referencia los que exigen en la UE, sin embargo, cada país tiene sus requisitos específicos para los productos que se deseen exportar a dichos mercados.

Para mayor información sobre requisitos específicos de exportación a un país destino, puede dirigirse al Sitio Web Export Helpdesk para Países en Desarrollo http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

7.5. Aranceles

Según datos obtenidos del Market Access Map del Centro de Comercio Internacional (CCI), los aranceles de importación para productos de cacao procedentes de Bolivia son los siguientes:

Cuadro N° 7.1
Aranceles de Alemania e Italia (UE) para productos de cacao procedentes de Bolivia

Producto	Arancel	Régimen
Cacao en grano entero y partido, crudo o tostado	0%	Nación Más Favorecida
Cáscara, películas y demás residuos de cacao	0%	Nación Más Favorecida
Pasta de cacao sin desgrasar	0%	Arancel preferencial para los países beneficiarios del incentivo para el Acuerdo por Desarrollo Sostenible y Buen Gobierno (*)
	9,6%	Nación Más favorecida
Pasta de cacao entera o parcialmente desgrasada	9,6%	Nación Más Favorecida
Manteca, grasa y aceite de cacao	7,7%	Nación Más Favorecida
	0%	Arancel preferencial para los países beneficiarios del incentivo para el Acuerdo por Desarrollo Sostenible y Buen Gobierno
Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	8%	Nación Más Favorecida
	0%	Arancel preferencial para los países beneficiarios del incentivo para el Acuerdo por Desarrollo Sostenible y Buen Gobierno

Fuente: Market Access Map (junio 2009)

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE

(*) El SGP Plus por el periodo 2009-2011, (esquema preferencial más conveniente que el Régimen General del SGP Plus), continuará beneficiando mediante aranceles

preferenciales a lo siguientes países: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Georgia, Guatemala, Honduras, Mongolia, Nicaragua, Perú, Sri Lanka y Venezuela. Además de los países mencionados se suman Armenia, Azerbaiyán y Paraguay, los cuales recibirán las preferencias por primera vez.

8. 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 Unión Europea 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. Asimismo, 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.

Análisis Gráfico de Burbujas

Según datos obtenidos del instrumento de análisis de mercado del CCI -Gráfico de burbujas-, las exportaciones de cacao en granos bolivianos tienen como principal y único relevante mercado a Suiza y Liechtenstein que en el año 2007 abarcó el 91% de las exportaciones bolivianas de cacao en grano. El crecimiento anual de las importaciones de Suiza y Liechtenstein fue del 11% para el año 2007; mientras que el crecimiento anual de las exportaciones bolivianas hacia Suiza y Liechtenstein fue de 14% para el mismo año.

- En las exportaciones de manteca de cacao, el mercado relevante para este producto es Alemania, que tiene una participación del 40% en las exportaciones bolivianas de manteca de cacao para el año 2007. El crecimiento anual de las importaciones de Alemania fue de 11% para el año 2007; mientras que el crecimiento anual de las exportaciones bolivianas fue de 22% para el mismo año.
- En las exportaciones de cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante, el mercado más relevante identificado fue el de Alemania, que abarcó el 57% de las exportaciones bolivianas para este producto en el año 2007. El crecimiento anual de las importaciones de Alemania fue de -6%; mientras que el crecimiento anual de las exportaciones bolivianas hacia Alemania fue del 14% para el mismo año.
- En las exportaciones de pasta de cacao, el mercado más relevante fue el de Alemania con una participación del 97% en las exportaciones bolivianas de este

producto en el año 2007. Sin embargo, existe otro mercado que ha mostrado mayor crecimiento pero el cual todavía no ha sido totalmente diversificado por Bolivia, que es el de Japón, cuyo crecimiento anual es del 53% para este producto. Por lo que existen oportunidades de exportar hacia este mercado.

9. Ferias y sitios de comercio virtual

9.1. Ferias comerciales

- **Sial – El sitio de mercado global de alimentos:** <http://www.sial.fr>

Es una vitrina de innovación y una verdadera plataforma de negocios a nivel mundial. Es la feria líder para la industria de alimentos.

- **Asociación Internacional de Ferias de América – AFIDA:** <http://www.afida.org>

Contiene un motor de búsqueda de ferias y eventos de distintas industrias en América.

9.2. Sitios de comercio virtual

- **Alibaba:** <http://www.alibaba.com>

El mercado business to business más grande del mundo, elija la categoría "agricultura"

- **Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales:** <http://www.fita.org>

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.

- **Prochile:** <http://www.prochile.cl>

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.

- **ABCDirect:** <http://www.abcdirect.nl>

Este Sitio Web contiene un directorio de más de 120.000 compañías, clasificadas en 50.000 productos y más de 100.000 marcas.

- **Europages:** <http://www.europages.com>

Motor de búsqueda B2B europeo, el cual tiene catalogados a 1.500.000 proveedores, fabricantes y distribuidores en Europa y a nivel internacional.

- **Biztradeshows:** <http://www.biztradeshows.com>

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.

10. Cómo podemos ayudarlo

Si desea obtener mayor información sobre otro tipo de informes relacionadas con la castaña puede dirigirse a nuestro sitio Web: www.ibce.org.bo. En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser informes de mercado potencial e informes del mercado competidor para un producto. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: +591 – 3362230

Fax: +591 – 3324241

Dirección: Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

Casilla: 3440

Fuentes de Información

A continuación se listan una serie de fuentes útiles donde se puede encontrar información sobre el cacao:

Nombre	Sitio Web	Contenido
Export Helpdesk para Países en Desarrollo	http://exporthelp.europa.eu/index_es.html	Aranceles, normas de origen y requisitos de acceso para la UE
Trade Map	http://www.trademap.org	Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Market Access Map	http://www.macmap.org	Aranceles
CBI	http://www.cbi.eu	El mercado del café, té y cacao en la Unión Europea
Fairtrade Labelling Organization (FLO) International	http://www.fairtrade.net	Contiene información sobre el Comercio Justo
LIFFE	http://www.liffe-commodities.com	Ofrece información sobre los precios commodities
Organización Internacional del Cacao (ICCO)	http://www.icco.org	Presenta información relevante y actualizada sobre el comercio del cacao
Mejoras en las opciones para el cacao y sus productos	http://www.cbi.eu	Datos sobre el cacao y sus productos derivados
Botanical On Line	http://www.botanical-online.com	Sitio donde se encuentra información relacionada con diversos alimentos
The Food World	http://es.thefoodworld.com	Sitio donde se encuentra información relacionada con diversos alimentos
El cacao en Costa de Marfil	http://www.uned.es	Estudio del mercado del cacao en Costa de Marfil

Fuentes fotográficas de la portada

- <http://www.hipernova.cl>
- <http://www.vitonica.com>
- <http://www.redpizarra.org>