

CACAO Y CHOCOLATE

FICHA N°6/UE

gtz



Programa Desarrollo Económico
Sostenible en Centroamérica
(DESCA)



I. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

El cultivo del cacao tiene su origen en Mesoamérica, específicamente con la civilización Maya. Es un árbol perenne que pertenece a la familia de Sterculiaceae. Puede alcanzar entre 10 a 20 metros de altura. Sus frutos son de forma alargada y pueden ser hasta de 1kg. Tiene hojas brillantes que llegan a medir hasta 30cm. Rota la corteza exterior del fruto, se encuentra la pulpa blanca que contiene 20 a 40 semillas (cocoa beans o granos de cocoa) de color café-violeta o café-amarillo. Al extraerse su contenido, y mezclarse con mantequilla y azúcar se obtienen las tabletas de chocolate.

Se distinguen dos razas de cacao:

a) Forastero (o Trinitario) o cacao amargo. Originario de las Américas es la raza más cultivada en las regiones cacaoteras de África y Brasil. Se caracteriza por sus frutos de cáscara dura y leñosa, de superficie relativamente tersa y de granos aplanados de color morado y sabor amargo. Dentro de esta raza destacan distintas variedades como: Cundeamor, Amelonado, Sambito, Calabacillo y Angoleta.

b) Criollo, híbridos o cacao dulce. Actualmente están sustituyendo a las plantaciones antiguas de Forasteros debido a su mayor adaptabilidad a distintas condiciones ambientales y por sus frutos de mayor calidad. Se caracterizan por sus frutos de cáscara suave y semillas redondas, de color blanco a violeta, dulces y de sabor agradable.

Una distinción es hecha entre el cacao ordinario, que representa el 95% de la producción mundial y que proviene de las variedades Forastero, y el cacao fino o aromático, que proviene de las variedades Criollo (el 5% de la producción mundial). La producción principal de cacao se concentra en África del oeste y representa cerca del 70% de la producción mundial.

El cacao criollo tiene una gran demanda por poseer un aroma muy fino, con buen sabor y es preferido por quienes quieren un producto más puro. Además los chocolates que se elaboran con él pueden costar hasta doce veces más que lo normal.

Algunos productos derivados del Cacao: Cocola y Mantequilla, Pasta o Licor de Cacao, bebidas, dulces, otros. Hoy por hoy, el Cacao es utilizado para uso industrial, cosmetología, y consumo masivo. El cacao ocupa el tercer lugar después del azúcar y el café en el mercado mundial de materias primas.

Los principales actores son Côte d'ivoire (Costa de Marfil), Ghana, Nigeria y Camerún. Aparte de África, otros grandes productores de cacao son Indonesia, Brasil, Ecuador, República Dominicana y Malasia.

Tradicionalmente, el cacao es cultivado en los países productores y vendidos a la exportación en forma de habas. La



transformación del cacao para la fabricación de productos terminados o semi acabados (manteca de cacao, licor de cacao, cacao en polvo, chocolate, etc.) se efectúa en los países importadores. Sin embargo, ciertos países productores tales como Côte d'ivoire (Costa de Marfil), Ghana, Nigeria y Brasil se lanzan desde hace algunos años a la trituración local de su producción a fin de gozar de una plusvalía a la exportación.

II. INDUSTRIA LOCAL

La producción en Honduras se originó hace alrededor de cuatro siglos, cuando fue instalada en las selvas de la Costa Atlántica. El Cacao es uno de los rubros que ha desarrollado la cadena agroalimentaria y por sus propios medios los productores se han organizado para desarrollar desde la producción, acopio, industrialización hasta el mercadeo internacional.

La industrialización del cacao empezó en 1997 con la instalación de la planta procesadora de La Asociación de Productores de Cacao de Honduras (APROCACAHO) en Choloma.

Honduras posee áreas (más de 30 mil hectáreas) con condiciones agroecológicas para el cultivo, así como tecnología y recursos humano con experiencia, tanto en el cultivo como en el mercadeo e industrialización de este rubro, que puede constituir una importante fuente de divisas y de empleo, principalmente rural. El cultivo de cacao no compete con otros cultivos, dadas las zonas de concentración de la producción y otras posibles donde el cacao puede expandirse.

El destino de la producción, sea en grano o procesado, es el mercado externo. En el 2008 Honduras produjo unas 700 toneladas de cacao, lo que representa entre un 5 y un 10% más que el año anterior. También hay nuevas fincas cuya producción se estará cosechando para fin de año, lo que viene a ampliar la oferta que el país lanzará al mercado internacional.

La APROCACAHO comercializa en su mayor parte con la industria de chocolates y de otros alimentos, 3% mercado nacional, 47% de la región Centroamericana y el resto con otros países como 35% Estados Unidos, y 15 % Europa (Holanda, España e Italia, entre otros).

Las principales empresas exportadoras de cacao y sus preparaciones en Honduras son: Hanfa Inversiones S. de R.L. y la APROCACAHO. (Fuente: Directorio de Exportadores. 9^{na} edición, FIDE).

III. DINÁMICA COMERCIAL EN EL MERCADO EUROPEO

De acuerdo a las estimaciones de la Organización Internacional del Cacao (ICCO), la producción mundial de cacao en el año 2008 ascendió a 3,915 mil toneladas, creciendo 5.4% en relación al año anterior.

El cacao se cultiva principalmente en África, con el 70.7% de participación del mercado, seguido por Asia y Oceanía (16.3%) y el restante 13% lo representa América. Los principales países productores de cacao en el 2007 según estadísticas de la FAO fueron: Côte d'ivoire (Costa de Marfil), Indonesia, Ghana, Nigeria y Brasil, entre ellos cinco alcanzaron una producción total de 3,440 mil toneladas.

Por razones climáticas en ningún país de la Unión Europea se cultiva el cacao, todo el mercado es abastecido por las importaciones de terceros países. Sin embargo son los principales moledores de

Cacao y chocolate
No.6, Mercado: Unión Europea

granos de cacao a nivel mundial, por lo que se le considera el principal mercado de exportación de granos y pasta de cacao, seguido por Norte América.

En el 2007, la UE importó un total de 1,714 mil toneladas de granos de cacao (valorado en €2,469 millones), 374 mil toneladas de pasta de cacao (€565 millones), 437 mil toneladas de manteca de cacao (€1,549 millones) y 248 mil toneladas de cacao en polvo (€325 millones).

Los principales socios comerciales en el 2008 fueron Côte d'ivoire (Costa de Marfil), Ghana y Nigeria. De la región centroamericana, Nicaragua fue el principal proveedor de cacao en grano exportando 3,799 toneladas, Honduras fue el mayor exportador de pasta de cacao (148 toneladas, equivalente a US\$214,157) y de manteca de cacao (100 toneladas, equivalente a US\$1,799,330). (Fuente: COMTRADE).

Debido a que el mercado para los productos orgánicos en los países en desarrollo sigue siendo limitado, la mayoría de la producción de cacao orgánico se exporta a los países del occidente. Los importadores europeos manejan la mayor parte del cacao orgánico que se procesa y comercializa.

Alemania y los Países Bajos son los principales importadores de cacao orgánico, el cual la mayor parte es a su vez re-exportado por los Países Bajos. Otros países importadores son Francia e Italia, que importan principalmente de Alemania.

Aproximadamente el 40% del suministro mundial de granos de cacao se molieron en la UE durante el 2008, creciendo un 3.6% por año. Los principales miembros de la UE moledores de cacao son los Países Bajos y Alemania. Otros países como Francia y Reino Unido tienen a su vez instalaciones considerables de procesamiento de cacao.

El volumen de cacao que se muele en la UE está creciendo más rápido que el consumo interno aparente de productos de cacao, debido al incremento en las exportaciones de productos elaborados de cacao, especialmente a Rusia.

Los compradores de granos de cacao en la UE son comerciantes, moledores y fabricantes de chocolate que se encuentran verticalmente integrados, así como otras industrias alimenticias. Un pequeño número de compañías multinacionales dominan el mercado del procesamiento de granos de cacao y pasta de cacao; las más importantes se encuentran en los Países Bajos y Alemania. (Fuente: CBI).

Las exportaciones de cacao de la UE representan re-exportaciones, es decir cacao que ingresa al mercado de la UE y se vuelve a exportar. En el 2007 las exportaciones de granos de cacao ascendieron a 326 mil toneladas. Los líderes en las re-exportaciones de granos de cacao en la UE son los Países Bajos y Bélgica, que juntos manejan el 95% de las exportaciones totales de la UE. Dichas exportaciones tienen como destino otros países dentro de la UE.

(Fuente: "The coffee, tea and cocoa market in the EU." CBI 2009).

IV. DEMANDA ESTIMADA EN EL MERCADO EUROPEO

Según proyecciones establecidas por la ICCO, el consumo mundial de Chocolate y Cacao se incrementará, pasando de 3,400 (2005/2006) a más de 4,000 (2011/2012) toneladas anuales.

Cacao y chocolate
No.6, Mercado: Unión Europea

Asimismo, se conoce que el promedio de consumo es 0.57Kg/persona en el mundo. (Fuente: Boletín de ICCO Junio 2007).

El consumo de cacao en la UE ha experimentado un crecimiento anual de 3.1% desde el 2002. En el 2007 se consumieron aproximadamente 1.40 millones de toneladas de cacao en la UE. Los grandes consumidores son Alemania (3.8 Kg/per cápita), Francia (4.2 Kg/per cápita) y el Reino Unido (3.6 Kg/per cápita).

En los países de Reino Unido, Alemania, Bélgica, Austria, Irlanda y Dinamarca, la industria de confiterías de chocolate son muy populares, teniendo todos estos países un

consumo per cápita de 7 Kg de confiterías de chocolate en el 2006. En el mismo año el consumo total alcanzó cifras de 2.4 millones de toneladas, cuya tendencia continua siendo de crecimiento. (Fuente: Caobisco 2007)

El mercado del cacao orgánico y certificado tiene una participación pequeña (2.5%) en relación al mercado total, sin embargo está creciendo rápidamente. La demanda industrial total de cacao orgánico se puede estimar en 30,000 toneladas en el 2007, siendo la mayor parte de la UE y EEUU. La mayor demanda de cacao orgánico se da en los países de Alemania, Países Bajos y Francia y de Suiza aunque no es miembro de la UE.

(Fuente: "The coffee, tea and cocoa market in the EU". CBI, 2009).

Usos:

El chocolate y el cacao se consumen de diversas maneras y dependerá mucho del área geográfica empaque, y presentación. Sin embargo, se sabe que cada vez más se le está dando más valor al chocolate en Europa como un componente de salud, sobre todo, porque puede ser estimulante.

Otro factor importante es la conciencia social, pues el consumidor europeo está dispuesto a pagar más por barra, si conoce que es "chocolate orgánico" o bien es parte de una cadena de "Comercio Justo". Otros de gran aceptación son aquellos que tienen un alto grado de "sabor" o "chocolate oscuro". Las presentaciones que más consumen los europeos en relación a "Chocolate de Confitería" son:

- Chocolate en barra o en forma de tabletas.

Consumo Aparente de Cacao, en miles de toneladas					
	2002/2003	2004/2005	2006/2007	Average annual change	per capita
Germany	280	278	315	3,0%	3,8
France	218	246	260	4,5%	4,2
United Kingdom	215	220	220	0,6%	3,6
Spain	78	90	101	6,8%	2,3
Italy	102	109	95	-1,7%	1,6
Poland	61	63	67	2,6%	1,8
Belgium	58	54	59	0,4%	5,6
Netherlands	32	35	37	3,7%	2,3
Austria	28	32	33	4,4%	3,9
Greece	21	25	27	6,2%	2,4
Czech Republic	24	20	22	-1,7%	2,1
Romania	12	16	21	14,7%	1,0
Denmark	15	19	20	8,0%	3,7
Hungary	17	17	19	3,2%	1,9
Portugal	16	17	19	4,6%	1,8
Ireland	15	15	16	1,0%	3,6
Finland	11	11	14	5,2%	2,6
Sweden	18	19	11	-10,3%	1,2
Slovakia	4	9	11	32,2%	2,0
Bulgaria	3	5	7	23,6%	0,9
Luxembourg	3	5	7	23,6%	4,1
Slovenia	4	5	6	10,0%	3,1
Estonia	2	4	6	35,5%	4,8
Latvia	4	5	5	8,7%	2,3
Lithuania	2	2	3	18,9%	0,9
Cyprus	1	2	2	10,0%	2,4
Malta	1	1	1	-6,3%	2,5
EU total	1,243	1,323	1,406	3,1%	3.3

Fuente: ICCO Boletín Trimestral 2008, N°4, Noviembre 2009

Cacao y chocolate

No.6, Mercado: Unión Europea

- Chocolate que pueda usarse como tentempié o snack,
- Aquellos que son estacionarios o de celebraciones especiales (huevos de pascua, por ejemplo).
- Chocolate con licor.
- Chocolate que incluye juguetes

Los exportadores hondureños pueden encontrar oportunidades en el mercado de la UE considerando las siguientes tendencias:

- Creciente demanda por productos orgánicos y de comercio justo, siendo ambos atributos muy bien valorados por los consumidores europeos
- Creciente consumo de chocolate en los países de la UE, que estimula la demanda por granos de cacao
- Creciente demanda por cacao de alta calidad, preferiblemente certificado

V. REQUISITOS DE ACCESO A LA UNIÓN EUROPEA

Clasificación Arancelaria:

El punto de partida para investigar los requisitos de acceso de un producto a un mercado extranjero es identificar la clasificación arancelaria dentro de la cual se ubica. Es fundamental para todo trámite de exportación que se realice una correcta clasificación del producto, ya que de la misma se derivan los cargos arancelarios correspondientes.

El Capítulo 18, corresponde a “Cacao y sus preparaciones”, en el siguiente cuadro se detalla las partidas arancelarias para cada categoría de producto.

PARTIDA	DESCRIPCION
1801.00.00	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO O TOSTADO
1802.00.00	CASCARA, PELICULAS Y DEMAS RESIDUOS DE CACAO
1803	PASTA DE CACAO, INCLUSO DESGRASADA
1803.10.00	- Sin desgrasar
1803.20.00	- Desgrasada total o parcialmente
1804.00.00	MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO
1805.00.00	CACAO EN POLVO SIN ADICION DE AZUCAR NI OTRO EDULCORANTE
1806	CHOCOLATE Y DEMAS PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO
1806.10.00	- Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante

Fuente: SIECA, 2009.

Requisitos de exportación:

El exportador hondureño debe realizar una serie de trámites previos a la exportación de sus productos. El Centro de Trámites de Exportaciones (CENTREX) de la Secretaría de Industria y Comercio (SIC) facilita al exportador la realización de dichos trámites juntando una serie de instituciones en una ventanilla única de exportaciones.

Cacao y chocolate
No.6, Mercado: Unión Europea

Las instituciones que participan en CENTREX son:

- Secretaría de Agricultura y Ganadería (Sanidad Animal y Sanidad Vegetal).
- Banco Central de Honduras (Departamento Internacional).
- Secretaría de Industria y Comercio (Dirección General de Sectores Productivos).
- Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).
- Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA).

En el siguiente cuadro se resumen los documentos que el exportador de cacao y sus preparaciones deberá presentar:

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
Certificado Fitosanitario de Exportación	Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG), ventanilla CENTREX.	Para la exportación de plantas vivas, productos y subproductos de origen vegetal.	L. 350.00 Además: - Timbre de cinco Lempiras del Colegio de Agrónomos de Honduras (L. 5.00) - Timbre fiscal de un Lempira (L.1.00)	www.sic.gob.hn
Registro de producción orgánica (No funciona como certificado de producción orgánica).	Departamento de Orgánica, SENASA, Secretaría de Agricultura y Ganadería (SAG).	Para la exportación de productos orgánicos.		www.senasa-sag.gob.hn
Declaración de Exportación	Banco Central de Honduras, ventanilla CENTREX.	Para la exportación de cualquier producto.		www.bch.hn
Declaración de Ingreso de Divisas	Institución Bancaria con la que se hizo la operación.	En caso que las exportaciones de cualquier producto sean realizadas en forma de Anticipo o con Endeudamiento Externo (Inciso 1 y 2 del apartado G de la Declaración de Exportación).		
Certificado de Origen (Forma A)	Asociación Nacional de Industriales (ANDI).	Para las exportaciones de productos amparados en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+).	US\$ 5.00 o su equivalente en Lempiras a la tasa de cambio vigente.	
Certificado de Libre Venta y Consumo	Secretaría de Salud Pública (División de Control de Alimentos).	Para todas las exportaciones de productos alimenticios como ser: comidas enlatadas, bebidas alcohólicas, jugos, productos lácteos procesados, embutidos y otros.		
Licencia Sanitaria	Secretaría de Salud Pública (División de	Para todas las exportaciones de productos alimenticios como		

DOCUMENTO	INSTITUCIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO	FORMULARIO DISPONIBLE EN
	Control de Alimentos).	ser: comidas enlatadas, bebidas alcohólicas, jugos, productos lácteos procesados, embutidos y otros.		
Registro Sanitario	Secretaría de Salud Pública (División de Control de Alimentos).	Para todas las exportaciones de productos alimenticios como ser: comidas enlatadas, bebidas alcohólicas, jugos, productos lácteos procesados, embutidos y otros.		

(Fuente: www.sic.gob.hn)

Requisitos de acceso:

Los requisitos de acceso se pueden clasificar en dos grupos: los legales, es decir los requisitos mandatorios por ley y los no legales, o bien otros requisitos que pueden ser establecidos por el comprador, como certificados de calidad u otros.

Para el ingreso de cualquier tipo de producto a la UE es necesario presentar los siguientes documentos:

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Factura comercial	La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando éstas se han puesto a disposición del importador. La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana. No se exige un formato específico. La factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.
Documentos de transporte	Son proporcionados por la compañía de transporte que el exportador contrate. En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras del Estado miembro de la Unión Europea donde se realiza la importación: - Conocimiento de embarque (marítimo), -Conocimiento de embarque FIATA (es un documento creado por la Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios y Asimilados (FIATA) para el transporte multimodal o combinado y que es negociable.), -Conocimiento aéreo (AWB)
Lista de carga (Packing List)	La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte. Facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.). Es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante. No se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.
Declaración del valor en aduana	La declaración del valor en aduana es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras (en la UE) cuando el valor de las mercancías importadas excede de €10,000. Debe completarse el impreso DV 1, cuyo modelo figura en el

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
	<p>anexo 28 del Reglamento (CEE) nº 2454/93 (DO L-253 11/10/1993), que establece disposiciones de aplicación del Código Aduanero Comunitario, y debe presentarse junto con el Documento único Administrativo (DUA).</p> <p>La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios. El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos (por ejemplo valor en factura, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o por pagar por las mercancías importadas).</p>
Seguro de transporte	<p>El seguro es un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. El seguro de transporte es de suma importancia porque las mercancías están expuestas a riesgos comunes durante su manipulación, carga y transporte, pero también a riesgos menos frecuentes como disturbios, huelgas o actos de terrorismo. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana, el justificante del seguro sólo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.</p>
Documento único administrativo (DUA)	<p>Todas las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros, establecido en el Código Aduanero Comunitario publicado en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 (DO L-302 19/10/1992).</p> <p>La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del Estado miembro en el que se lleven a cabo las formalidades.</p>

(Fuente: Export Helpdesk for Developing Countries).

Los requisitos específicos para el ingreso de cacao y sus preparaciones al mercado de la UE son:

- Cumplimiento del “Control Sanitario de los productos alimenticios de origen no animal”.
- Cumplimiento de las “Normas de etiquetado para productos alimenticios”.
- Certificado de producción orgánica (cuando aplique)

El exportador a la UE debe conocer y familiarizarse con los aspectos contenidos en diferentes normas relacionadas con la comercialización, empaque, etiquetado, entre otros, de cacao y sus preparaciones, a continuación se presenta una lista de las normas que son esenciales.

- Reglamento 178/2002: Establece los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria.
- Higiene de productos alimenticios (Reglamento 852/2004)
- Reglamento (CE) No. 123/2005: Con respecto al límite máximo de ocratoxina A contenida en el cacao y los productos de cacao.
- Activos alimenticios permitidos: Establece que tipo de aditivos alimenticios son permitidos. Para mayor información consultar:
 - Directiva 89/107/EEC: Definiciones, procedimientos, y criterios de autorización.

Cacao y chocolate

No.6, Mercado: Unión Europea

- Saborizantes y colorantes, Directiva 94/36/EC: Establece la lista de saborizantes y colorantes permitidos en alimentos.
- Endulzantes 94/35/EC: Lista autorizada de endulzantes permitidos y sus condiciones de uso.
- Otros aditivos alimenticios, en Directiva 95/2/EC.
- Directiva 2000/36/CE: Establece las normas de composición y de etiquetado de los productos de cacao y de chocolate destinados a la alimentación humana.
- Directiva 2000/13/CE: Relativa al etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios, aplica a los productos de cacao y de chocolate.
- Directiva 88/388/CE: Relativa a los aromas que se utilizan en los productos alimenticios y de los materiales en los que se basan para su producción.
- Norma para Chocolate (CODEX STAN 87-1981) Relativa a la composición y calidad, higiene, etiquetado, aditivos alimentarios y contaminantes.
- Regulación (EC) No 834/2007, regulaciones para la producción, promoción, calidad, procesamiento, etiquetado, empaque y transporte de productos orgánicos.
- Regulación (EC) No 1235/2008, reglas detalladas para las importaciones de productos orgánicos desde terceros países.
- Organismo genéticamente modificados: Normas sobre productos transgénicos: 64/2004 (identificación de OGMs y trazabilidad), 1829 (Sobre alimentos modificados genéticamente) 1830/2003 (Relacionado a trazabilidad y etiquetado).

Para mayor información sobre cualquiera de estas normativas se pueden encontrar en el sitio web de la UE: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>.

Los requisitos técnicos que los productos derivados de la elaboración del cacao deben poseer para ser comercializados dentro del mercado europeo:

- Manteca de cacao: La materia grasa obtenida de granos o partes de granos de cacao y que tenga las características siguientes:
 - Contenido de ácidos grasos libres (expresado en ácido oleico): 1,75 % como máximo.
 - Materia insaponificable (determinada mediante éter de petróleo): 0,5% como máximo, excepto para la manteca de cacao de presión, en la que no superará el 0,35%.
- Cacao en polvo: El producto obtenido por la transformación en polvo de granos de cacao limpios, descascarillados y tostados y que contenga un 20% como mínimo, de manteca de cacao, calculado sobre el peso de la materia seca, y un 9% de agua como máximo. Cacao magro en polvo, Cacao magro, Cacao desgrasado en polvo, Cacao desgrasado: El cacao en polvo que contenga menos del 20 % de manteca de cacao calculado según el peso de la materia seca.
- Chocolate: El producto obtenido a partir de productos de cacao y azúcares que contenga un 35 % como mínimo de materia seca total de cacao, del cual un 18 % como mínimo será manteca de cacao y un 14 % como mínimo materia seca de cacao desgrasado.

Al producto Chocolate también podrán añadirse, además de la manteca de cacao, las grasas vegetales que siguen:

Cacao y chocolate

No.6, Mercado: Unión Europea

- Illipe, sebo de Borneo o Tengkawang (*Shorea spp.*)
- Aceite de palma (*Elaeis guineensis* / *Elaeis olifera*)
- Sal (*Shorea robusta*)
- Shea (*Butyrospermum parkii*)
- Kokum gurgi (*Garcinia indica*)
- Hueso de mango (*Mangifera indica*)

Esta adición no podrá exceder del 5 % en relación con el producto terminado, una vez deducido el peso total de las otras materias comestibles que se hayan utilizado. Además, la adición de grasas vegetales diferentes de la manteca de cacao, implica la obligación que el etiquetado del producto, figure una mención visible y claramente legible: «contiene grasas vegetales además de manteca de cacao». Dicha indicación deberá aparecer en el mismo campo visual que la lista de ingredientes, claramente diferenciada de dicha lista, en caracteres de al menos igual tamaño, en negrita y cerca de la denominación de venta; no obstante este requisito, la denominación de venta también puede aparecer en otro lugar. (Fuente: ExporthelpData/CEN/ ONUDI/ Centro Empresarial de la Unión Europea en México).

Aranceles:

Las “normas de origen” son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+), que favorece a los países en desarrollo.

Los productos del capítulo 18 “Cacao y sus preparaciones” cumplirán la regla de origen únicamente si en la fabricación todos los materiales utilizados se clasifican en una partida diferente a la del producto, y además en la fabricación en la cual el valor de todos los materiales del capítulo 17 (“Azúcares y artículos de confitería”) utilizados no excede del 30% del precio franco fábrica del producto.

Para que las exportaciones de cacao y chocolate procedentes de Honduras se beneficien del SGP+, deberán de ir acompañadas siempre del Certificado de Origen correspondiente, caso contrario se aplicará el arancel establecido para la categoría de Nación Más Favorecida (NMF).

Se aplicará un arancel del 0% para el ingreso a la UE del cacao y chocolate procedente de Honduras, ya que está dentro de los países que se pueden beneficiar del régimen del SGP+ (siempre que se cuente con el certificado de origen). En el caso de una NMF, el arancel de entrada a pagar es del 9.6% para la pasta de cacao, 7.7% para la manteca y aceite de cacao, y 8% para el cacao en polvo. La importación de granos de cacao no es gravada con ningún tipo de tarifa.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aunque teóricamente, los países de la UE eliminaron sus impuestos transfronterizos en 1 enero 1993, en la práctica las tasas internas del IVA, quedan vigentes.

VI. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y NIVELES DE PRECIOS

Canales de Distribución:

Los primeros consumidores de los granos de cacao o productos procesados de cacao en la UE son usualmente los “comerciantes” o “importadores”, en lugar de los “moledores” o fabricantes de productos finales como chocolaterías. Sin embargo las diferencias entre los comerciantes y los moledores cada vez son menores, debido a que cada día son más las compañías comercializadoras de cacao que a su vez se dedican al procesamiento del mismo.

Las grandes empresas procesadoras de cacao cuentan con departamentos de compra independientes que manejan relaciones comerciales directamente con proveedores de cacao en países en desarrollo, regidas por contratos de suministro a largo plazo. Asimismo, algunas empresas están integradas verticalmente, especialmente cuando requieren cacao de alta calidad, comprando directamente a otras empresas del mismo grupo en países en desarrollo.

Otro eslabón importante en la cadena de distribución del cacao son las compañías de almacenaje, que reciben y almacenan el producto a nombre de sus clientes. Estas compañías usualmente actúan como probadores independientes de la calidad de los productos que almacenan.

Las compañías procesadoras se dividen en dos tipos:

- Las compañías moledoras de cacao que fabrican pasta, manteca y cacao en polvo.
- Las compañías que procesan cacao (generalmente manteca) para venderla a fabricantes especializados de productos finales de cacao.

Los compradores finales procesan la pasta de cacao, la manteca, el aceite y el polvo y fabrican productos de consumo como chocolate, confituras, bebidas y hasta cosméticos. Estas empresas adquieren la materia prima en grandes cantidades de los procesadores, en raros casos compran directamente a proveedores en el país de origen.

Los canales de venta al detalle al consumidor europeo dependen del tipo de producto final a comercializar, sin embargo los puntos de venta claves son los hipermercados, supermercados, mercados locales, las tiendas de confitería especializadas, entre otros.

Los Precios:

Los precios del cacao responden a factores de oferta y de demanda. Los precios internacionales tienden a seguir un patrón de largo plazo ligado al ciclo del cacao, que se estima que dura un poco más de 20 años. Durante los períodos de expansión de la producción, existe un excedente que genera primero una caída y más tarde un estancamiento de los precios. En consecuencia, los precios bajos, fruto del exceso de producción, generalmente tienen un impacto negativo sobre las cosechas, puesto que los productores tienden a cambiar de cultivo, factor que nuevamente permite una subida de precios. El ciclo del cacao se caracteriza de esta manera por efectos de expansión y recesión.

Los precios experimentaron un aumento importante en los años setenta, lo cual estimuló la producción en países como Malasia e Indonesia. Sin embargo, desde principios de los años ochenta, los precios han disminuido. A pesar de una pequeña recuperación a mediados de los noventa, los precios internacionales del cacao son bajos comparados con aquellos que prevalecían en la década de los setenta.

Según datos de la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en el año 2008 el precio por tonelada de cacao osciló entre los US\$2,067.72-US\$3021.76, con un promedio anual de US\$2,580.77 por tonelada. En el 2009 los precios del cacao en el mercado internacional sufrieron un alza, oscilaron entre US\$2,509.97-US\$3,497.48, el precio promedio fue de US\$2,888.74.

Los precios del cacao orgánico fluctúan dependiendo de las condiciones del mercado, al menos que sea parte de acuerdos fijos de comercio como el “comercio justo”. Sin embargo, actualmente la demanda crece más rápido que la producción, generando presión sobre el precio.

Fuentes de la industria indican que el precio FOB del cacao orgánico oscila entre €230-€380 adicionales (por tonelada) a los precios del cacao tradicional, significa entonces, que los precios del cacao orgánico son 80% mayores que los precios convencionales.

(Fuente: “The coffee, tea and cocoa market in the EU”. CBI, 2009).

VII. GLOSARIO DE SIGLAS

- **APROCACAHO:** Asociación de productores de Cacao de Honduras.
- **CBI:** Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo.
- **CENTREX:** Centro de Trámite de Exportaciones.
- **COABISCO:** Asociación de Industrias de chocolate, galletas y confitería de la Unión Europea.
- **COMTRADE:** Base de datos de estadísticas de Comercio de las Naciones Unidas.
- **DEI:** Dirección Ejecutiva de Ingresos.
- **FAO:** Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- **FIDE:** Fundación para la Inversión y el Desarrollo de Exportaciones.
- **ICCO:** Organización Internacional del Cacao.
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado.
- **NMF:** Nación más Favorecida.
- **OIRSA:** Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria.
- **SAC:** Sistema Arancelario Centroamericano.
- **SENASA:** Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria.
- **SGP:** Sistema Generalizado de Preferencias.
- **SIC:** Secretaría de Industria y Comercio.
- **SIECA:** Secretaría de Integración Económica Centroamericana.
- **UE:** Unión Europea.

VIII. CONTACTOS UTILES

- *El Programa Nacional de Competitividad (Honduras Compite):* trabaja en la promoción de las exportaciones, para darle a las empresas pequeñas, medianas y grandes el apoyo que

- requieren para competir tanto a nivel nacional como internacional. URL: www.hondurascompite.com. Teléfono: (504) 221-6324, Fax: (504) 221-6341.
- *FIDE, Inversión y Exportaciones*: es una institución privada sin fines de lucro que promueve la inversión en el país, apoya el desarrollo de las exportaciones. URL: www.hondurasinfo.hn. Teléfono Tegucigalpa: (504) 221-6303, Fax: (504) 221-6318. Teléfono San Pedro Sula: (504) 566-3040, Fax: (504) 566-3049.
 - *Honduras Si Exporta*: tiene como propósito asesorar, acompañar en el proceso exportador y facilitar una serie de información comercial a todo aquel que esté interesado en incursionar en las exportaciones. URL: www.hondurassiexporta.com
 - *Secretaría de Industria y Comercio*: Son el ente responsable de promover e incrementar las exportaciones e inversiones, identificar actividades productivas con potencial exportador, elaborar información para la publicación de documentos relacionados con las exportaciones e inversiones, asesorar e informar en materia de oferta y demanda de exportaciones e importaciones, así como apoyar a los empresarios nacionales en la búsqueda de mercados. URL: www.sic.gob.hn. Dirección de Comercio Exterior: Teléfono: (504) 235-3681/235-3695.
 - *El Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP)*: cuenta con una unidad ejecutora de acciones en materia de comercio exterior que tiene como fin primordial contribuir a mejorar el flujo comercial de bienes y servicios, apertura de nuevos mercados y la atracción de inversiones hacia Honduras. URL: www.cohep.com. Teléfono: (504) 235-3336, Fax: (504) 235-3345.
 - *Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa*: brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: www.ccit.hn. Teléfono: (504) 232-4200, Fax: (504) 232-0159.
 - *Cámara de Comercio e Industria de Cortés*: brinda asesoría a todos sus socios sobre los trámites de exportación y el acceso a mercados. URL: www.ccichonduras.org. Teléfono: (504) 566-0345, Fax: (504) 566-0344. Línea gratuita: 800-566-0333.
 - *Cámaras de Comercio e Industria regionales*: son un punto de contacto importante para el exportador, se recomienda ponerse en contacto con la Cámara de Comercio más cercana.
 - *Centro para la promoción de las importaciones desde países en desarrollo (CBI)*: ofrece información actualizada sobre leyes, normas, estudios de mercado, y documentos útiles para el exportador hacia el mercado de la Unión Europea. URL: www.cbi.eu
 - *International Trade Centre (ITC)*: organización de apoyo a los exportadores de países en desarrollo. URL: www.intracen.org
 - *Servicio de ayuda para el exportador*: servicio en internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores de los países en desarrollo interesados en suministrar el mercado de la UE. URL: www.exporthelp.europa.eu/index_es.html
 - *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación (FAO)*. URL: www.fao.org
 - Guía comercial útil para encontrar información de contacto sobre importadores en la Unión Europea. URL: www.europages.es
 - Referencia comercial para el Mercado de productos orgánicos y ecológicos. URL: www.greentrade.net
 - Portal de información especializada sobre la industria agrícola mundial. URL: www.agra-net.com

Cacao y chocolate

No.6, Mercado: Unión Europea

- División de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas (COMTRADE): ofrece estadísticas de comercio a nivel mundial. URL: <http://comtrade.un.org/db/>
- Punto de encuentro virtual para el intercambio de bienes de alimentos. URL: www.foodmarketexchange.com
- Preguntas claves relacionadas con los requisitos de importación y las normas de higiene y controles sanitarios. URL: http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf
- Información sobre el etiquetado de productos alimenticios. URL: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_en.htm
- EUR-LEX: información sobre cualquier normativa de la Unión Europea. URL: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>
- Contactos Empresas de Transporte Marítimo:

EMPRESA	CONTACTO	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
Sercogua	Mirtha Bonilla	552-0300	552-0280	managerhonduras@sercogua.com
APL	Alejandro Hauserman	561-8100	558-1830	alejandros_hausermann@apl.com
Anave	Lorena Madrid	508-0400	555-2192	lorena.madrid@anave.hn
MSP	Cristina Quintanilla	280-3240	237-3223	cjiron@grupomsp.hn
Honducargo	Sara Membreño	566-2210	566-0205	sales@honducargo.com
Navieros Internacionales	Aracely Sabillón	557-9666	557-8876	asabillon@gmihon.com
Sicarga	Miriam Gutiérrez	557-5540	557-5517	ventas2@sicarga.net

- Contactos Empresas de Transporte Aéreo:

EMPRESA	TELÉFONO	FAX	CORREO ELECTRÓNICO
DHL	234-8318 508-1300	264-1300	hn.callcenter@dhl.com
FEDEX-HONDUMARES	552-1252	221-2010	bnunez@gboxusa.com
TNT	239-1790 520-7109	231-1078	sarahi.romero@tnt.com
TRANS EXPRESS SULA	235-9965	235-9967	admon@transexpress.hn.com
HONDUCARGO	566-2210	566-0205	sales@honducargo.com

- Empresas certificadoras de productos orgánicos en Honduras:

EMPRESA	TELÉFONO	SITIO WEB/ CORREO ELECTRÓNICO
BIOLATINA	772-7704	www.biolatina.com
MAYACERT		www.mayacert.com
ECOHONDURAS	773-7176 773-2318	ecohonduras@yahoo.es

Importadores de cacao orgánico en la UE:

- Tradin. URL: www.tradinorganic.com
- Do-it. URL: www.organic.nl
- Doens. URL: www.doensfood.com
- Rapunzel. URL: www.rapunzel.de

Cacao y chocolate

No.6, Mercado: Unión Europea

Mayores comercializadores de cacao en la UE:

- Theobroma. URL: www.theobroma.nl
- Huyser Moller & Co. URL: www.huysermoller.nl
- Daarnhouwer. URL: www.daarnhouwer.nl
- Unicom. URL: www.armajaro.com
- Etc International Commodities. URL: www.etc.co.uk
- Louis Dreyfus. URL: www.louisdreyfus.com
- Albrecht & Dill Trading. URL: www.albrecht-dill.de
- Vogler & Trummer. URL: www.vogler-trummer.de
- Corinth. URL: www.corinth.de
- Touton. URL: www.touton.fr
- Efico. URL: www.efico.com

Asociaciones, Directorios, otros contactos útiles en el sector de Chocolate y Cacao:

- Fundación Mundial del Cacao. URL: www.worldcocoafoundation.org
- Asociación Europea del Cacao. URL: www.eurococoa.com
- Organización Internacional del Cacao. URL: www.icco.org
- Asociación Española de Fabricantes de Chocolate y Derivados del Cacao (CHOCAO). URL: www.fead.es
- Federación Internacional del Comercio del Cacao. URL: www.cocoafederation.com/index.jsp

Otros links de interés sobre el sector de Chocolate y Cacao:

- National Confectionery Wholesalers. URL: www.ncw.com.au
- Chambre Syndicale Nationale des Chocolatiers. URL : www.chocolats.org
- Chocó-Club. URL : www.choco-club.com

Ferias de alimentos y confitería en la Unión Europea:

- Biofach. URL: www.biofach.de
- Food and Drink Expo. URL: www.foodanddrinkexpo.co.uk
- IFE. URL: www.ifefoodapest.com
- Sitevi. URL: www.sitevi.com
- MacFrut. URL: www.macfrut.com
- Sana Natural. URL: www.sana.it
- Anuga food & beverages. URL: www.anuga.com

Para mayor información sobre esta ficha, favor contactar a la División de Promoción de Exportaciones de FIDE al Tel. (504)221- 6310.

Este material ha sido posible gracias al apoyo técnico y financiero de la GTZ, a través del Programa Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica (DESCA).

Consultora: Lourdes Ma. Chavarria S.

1° Edición, Abril 2010.