

The background of the slide is a close-up photograph of cacao beans, showing their characteristic ridged texture and brownish color. The image is dimmed with a dark blue overlay to make the white text stand out.

Peru: Aportes para la internacionalización del Cacao Fino y de Aroma

Mario Ocharán
Director de Promoción de las Exportaciones

Link: <http://andendecontenidos.promperu.gob.pe/?w=ba39r2GMou>

INDICE

- I. INTRODUCCIÓN AL CACAO PERUANO**
- II. EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS DERIVADOS**
- III. TENDENCIAS DE MERCADO**
- IV. POSICIONAMIENTO GLOBAL**
- V. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL**

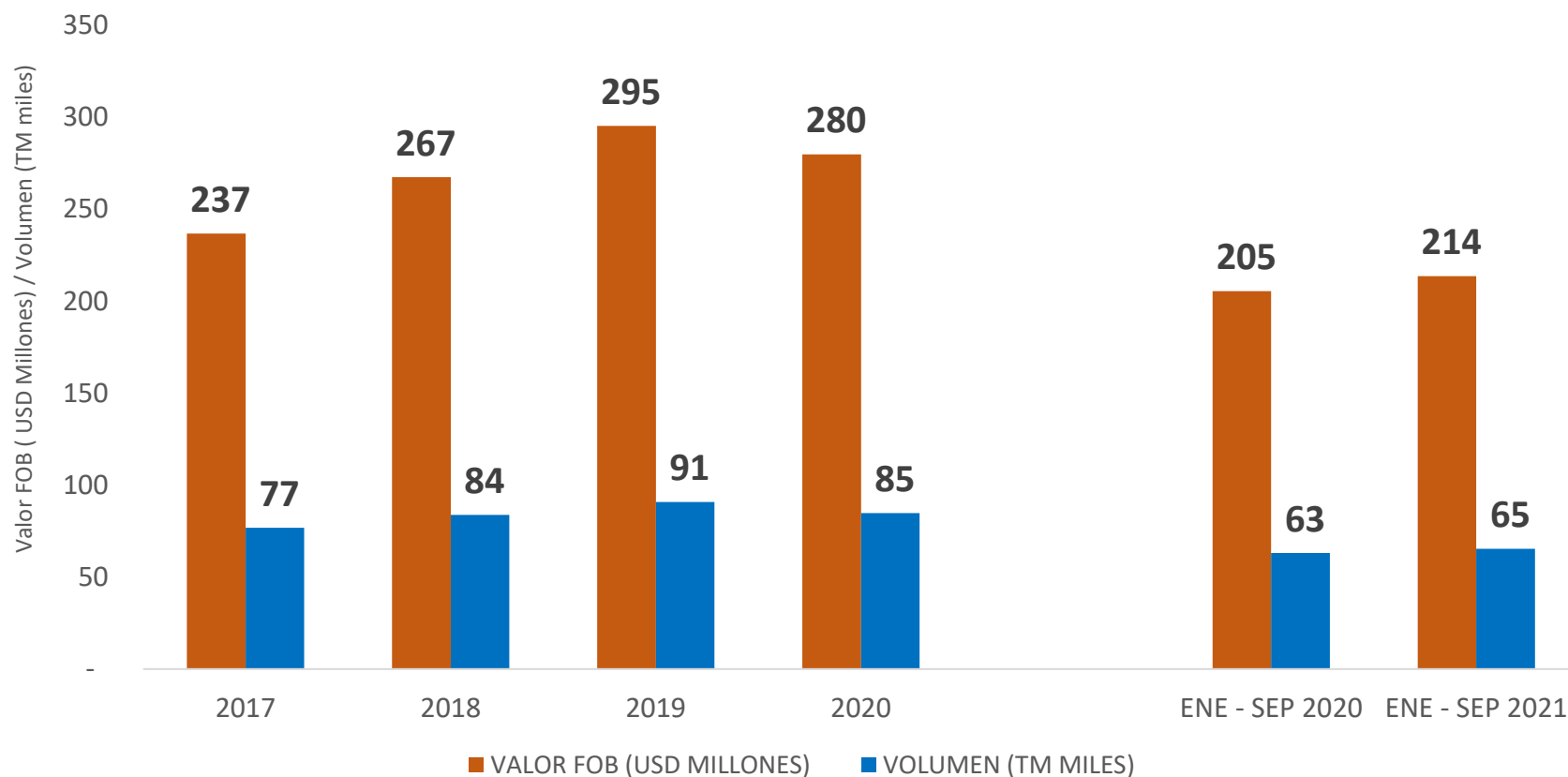
I. INTRODUCCIÓN AL CACAO PERUANO



- ✓ **Centro de origen primario** del cacao: Perú posee el **60 %** de variedad genética existente en el mundo y existen evidencias arqueológicas sobre su uso y existencia.
- ✓ Según datos de la Organización Internacional del Cacao (ICCO en inglés), entre **70% y 100%** del total de la exportación de cacao de países como Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Perú y México corresponde a **cacao fino y aromático**.
- ✓ En la actualidad, Perú ha sido calificado por la ICCO como un importante país en donde se produce y se exporta cacao fino aromático.
- ✓ **Perú** se mantiene como el noveno **productor** mundial de **cacao** en grano y segundo **productor** mundial de **cacao** orgánico.
- ✓ Aproximadamente **100,000 familias** se dedican a la producción de cacao en **16 regiones**.
- ✓ Las exportaciones peruanas de cacao y sus derivados ascendieron a **\$280 millones** al cierre del 2020, de los cuales **47% fue cacao en grano** y **53 % fueron derivados de cacao**.

II. EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS DERIVADOS

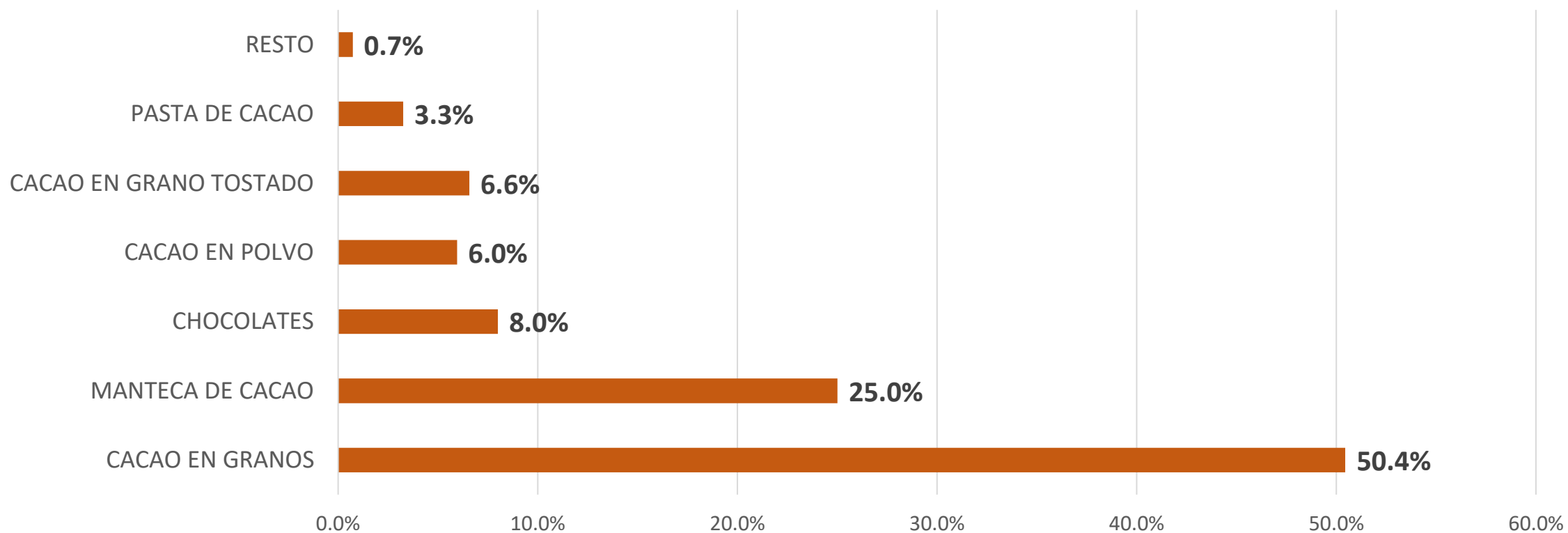
Evolución de las exportaciones peruanas de cacao y sus derivados en millones USD / Miles de Toneladas (2017-2021*)



Desde el **2017 al 2020**, el valor de las exportaciones de cacao y sus derivados ha crecido a una tasa promedio de **9%**. Las exportaciones disminuyeron del 2019 al 2020. No obstante, se viene recuperado en el periodo enero – septiembre 2021.

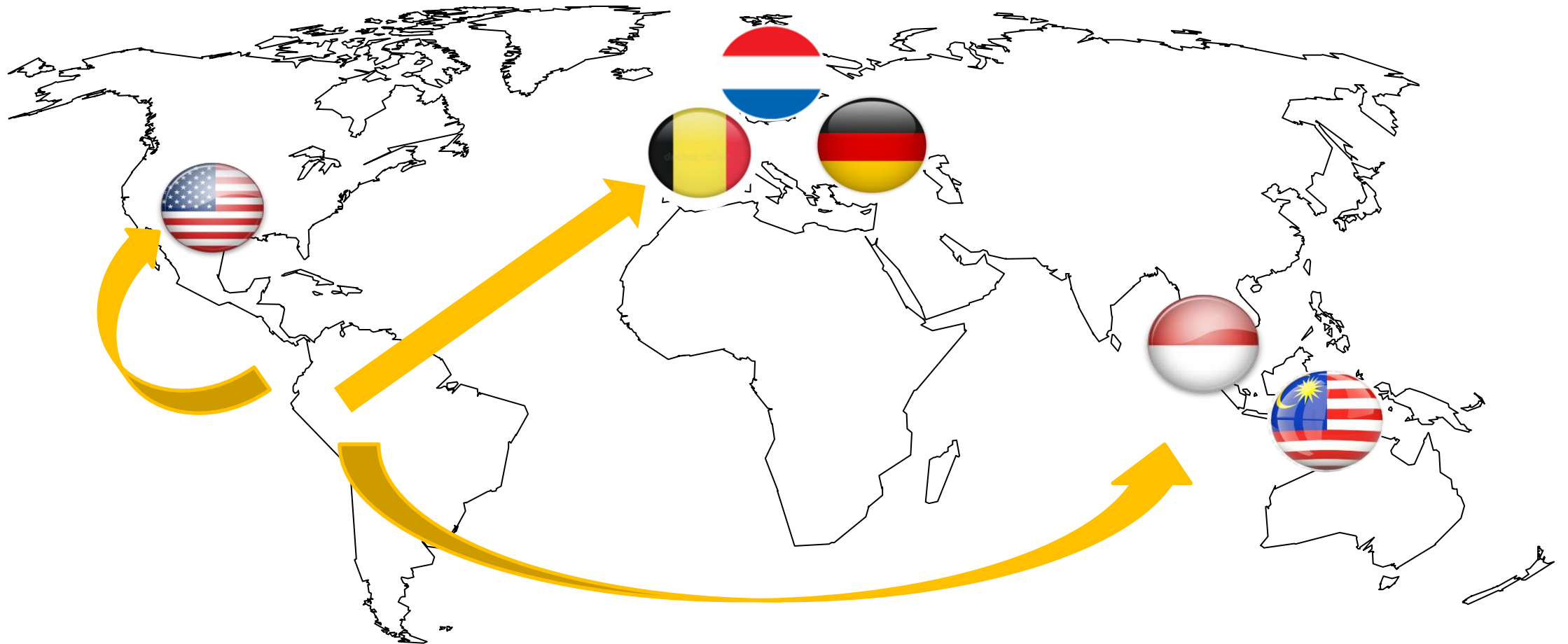
II. EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS DERIVADOS

Participación promedio anual por producto (2017-2020)



II. EXPORTACIONES DE CACAO Y SUS DERIVADOS

Principales destinos 2020 (Valor FOB USD)



III. TENDENCIAS DE MERCADO

Los consumidores prefieren el cacao fino y de aroma, y sus derivados



Cacao fino y de aroma versus cacao convencional



Cacao convencional

Limitadas certificaciones

Materia prima sin distinción

Canales de distribución no especializados: industrias de chocolate tradicional

Precios bajos
(USD 2,500 – 3,000 /TM)

Cacao fino y de aroma

Numerosas certificaciones de sostenibilidad

Insumo diferenciado (origen único, signos distintivos)

Canales de distribución especializados: Industrias de chocolate gourmet

Altos precios
(USD 3,100 – 10,000 /TM)



III. TENDENCIAS DE MERCADO



- ✓ Hoy en día un chocolate debe de ser no sólo agradable, sino también sano y sostenible. Según el Cocoa Barometer (2020), las 8 principales marcas de chocolate del mundo compran cacao sostenible para su producción.
- ✓ Según Euromonitor, se espera que el mercado de productos de confitería de chocolate orgánico crezca a una tasa media anual de 4.2 % en 2020-2024, la mayor parte del crecimiento vendrá de Europa occidental, seguido de Norteamérica, impulsado por la demanda de chocolate negro.
- ✓ El consumidor europeo de chocolate de especialidad busca mayor calidad, pero prestando atención a las características agroclimáticas de las áreas de producción e historia de los productores, así como impacto en sus comunidades.
- ✓ Por otro lado, las normas internacionales en la UE exigen a la industria alinear la profesionalización del cultivo bajo aspectos económicos, sociales, ambientales y de estrictos requisitos de trazabilidad para la sostenibilidad del cacao.
- ✓ La pandemia aumentó la necesidad de encontrar medios alternativos para: mantener contacto con el origen, realizar auditorías, garantizar transparencia, cumplir con estándares de calidad e inocuidad (Blockchain).

LAS MARCAS DE CHOCOLATE DIVERSIFICAN SUS COMPROMISOS ÉTICOS Y APOYAN A PEQUEÑOS PRODUCTORES

Ethiquable Ce Que Je Croque Organic Dark Chocolate contiene cacao comercio justo de la cooperativa Lazan'ny Sambirano de Madagascar que exporta directamente al comprador sin intermediarios (Francia)



LAS MARCAS DE CHOCOLATE INNOVAN ENTORNO A INGREDIENTES NATURALES Y SALUDABLES

Mondo Mango es un chocolate con 70% cacao y 100% orgánico y libre de productos químicos, aditivos, azúcar refinada, OMG, alérgenos, soja y gluten (Perú).



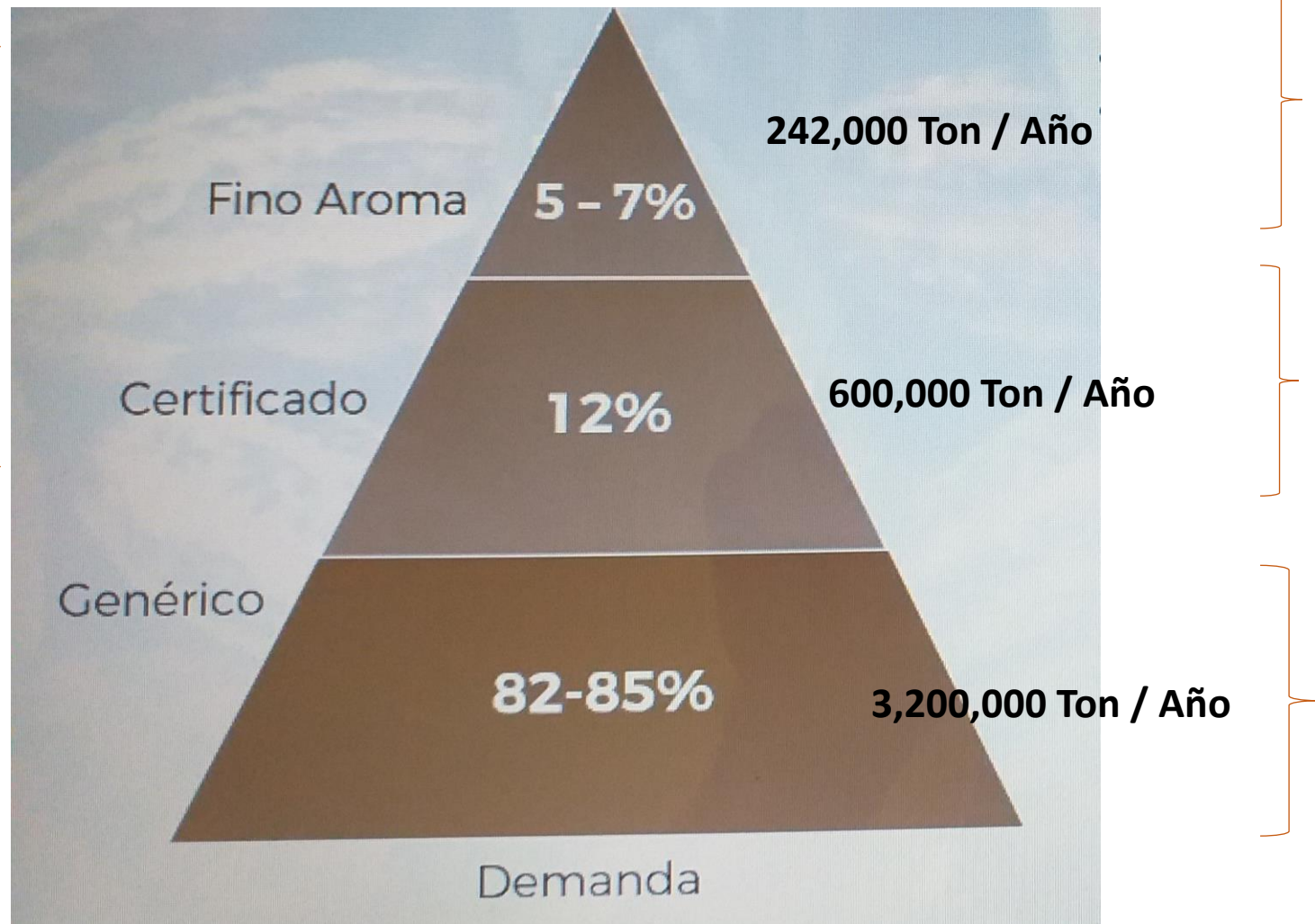
LAS MARCAS DE CHOCOLATE INNOVAN ENTORNO A LOS SABORES CÍTRICOS

Conscious Orange & Tangerine Chocolate está elaborado con aceites esenciales de naranja y mandarina, **cacao peruano** y endulzado con coco (Reino Unido).



IV. POSICIONAMIENTO GLOBAL

Se busca posicionar al cacao peruano en el nicho de mercado de los cacaos finos y certificados.



3,700 – 10,000 US \$ / Ton

3,100 – 3,700 US \$ / Ton

2,500 – 3,000 US \$ / Ton

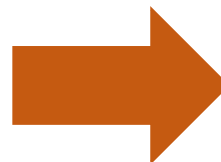
PERÚ EN EL ESCENARIO DE LOS CACAO FINOS Y DE AROMA



- ✓ **Genética:** El cacao criollo, el cacao nacional y el cacao trinitario son considerados genotipos de cacao fino de especialidad. La variedad nacional es solo producida en Ecuador.
- ✓ El cacao fino o premium es un nicho, es **comercializado directamente entre los productores y compradores** generalmente. América Latina concentra el 90% de estas exportaciones, siendo Ecuador, Perú y República Dominicana los principales proveedores.

PAIS	RANKING CERTIFICACIONES	RANKING FINO	GRUPO GENETICO	ESTRATEGIAS MERCADO
ECUADOR	1° puesto	1° (40%)	Finos (Criollos, Trinitarios) - clones nacional y arriba.	Focalizados en mercados objetivos (Ofertan un cacao en base a las características organolépticas que desean los compradores)
PERÚ	2° puesto	2° (fino con 36% participación), 3° (cacao de aroma)	Finos y aromáticos (Criollos, Trinitarios) – Clones Chuncho, blanco.	Origen genético y origen social (Historia de las organizaciones) Reconocimientos internacionales
AFRICA	6° puesto	Últimos	Convencional (Forastero)	Volumen (Bajos costos)

Promoción de la mejora de la competitividad exportadora a través de la adecuación de la oferta exportable y el desarrollo de atributos y elementos de diferenciación.



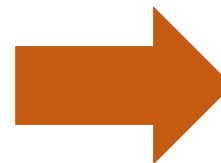
- Ruta Exportadora
- Asistencia técnica y capacitaciones
- Talleres en negociaciones
- Programa de transformación digital
- Programas de calidad y sostenibilidad
- Programas especializados

Promoción internacional de las empresas exportadoras en espacios comerciales especializados.



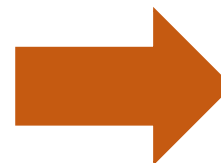
- Ferias internacionales de exportación*
- Misiones comerciales**
- Plataformas de e-commerce
- Ruedas de negocios**

Generación y difusión de información comercial a las empresas para la detección y aprovechamiento de oportunidades comerciales.



- Estudios de mercado
- Guías de mercado
- Perfiles (producto/mercado)
- Boletines sectoriales
- Informes especializados
- Infografías y material audiovisual

Posicionamiento internacional de la oferta exportable, promoviendo sus atributos, diversidad, competitividad y sostenibilidad.



- Evaluar el desarrollo de una marca sectorial que identifique al cacao peruano fino y de aroma como de los mejores en calidad del mundo

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS AL CACAO PERUANO



En el 2021, el sector cacaotero peruano logro importantes premios y reconocimientos en el Concurso Internacional de Chocolates. En este certamen participaron empresas y cooperativas de Cusco, Junín, San Martín, Ucayali, Amazonas y Lima.

- ✓ La empresa Juan Laura – “The Chocolate Farmer” se llevó el premio Gourmet Oro para el Perú en la categoría “Chocolates negros sin coadyuvantes” con su chocolate Special Selection VRAE 99, elaborado con la variedad de cacao VRAE 99 al 70%.
- ✓ Las marcas Barberis, Ukaw y Paytiti obtuvieron el Gourmet Plata, y la Cooperativa Pangoa de Junín consiguió dos Gourmet Bronce.
- ✓ Del mismo modo, los productos de las marcas Niva, Pumatiy, Barberis, Kuyay, Kontiti, Tsinane y Alkimia recibieron medallas de la categoría París Gourmet.
- ✓ En esa oportunidad el Perú gano en total 15 premios y reconocimientos. Además, fue el invitado de honor de la Agencia para la Valorización de Productos Agrícolas (AVPA). Esta es una organización sin fines de lucro compuesta por productores y apasionados del sabor, que tiene como objetivo contribuir a la mejor valorización de las producciones agrícolas y al reconocimiento de productores de excelencia.



GRACIAS

