<https://www.caf.com/es/conocimiento/blog/2017/10/retos-del-sector-del-cacao-latinoamericano/>

América Latina es el principal productor de cacao fino y aromático del mundo, gracias a su afortunada posición geográfica, así como  otros aspectos como la genética y la diversidad típica de sus ecosistemas. Además, la región concentra 7 de los 11 clusters genéticos del cacao.

Esta característica única ha posibilitado el posicionamiento estratégico de la región, como principal proveedor de las variedades prime de cacao, segmento que crece un 9% al año a nivel global.

La producción y exportación de cacao fino y de aroma en América Latina es muy representativa en la mayoría de los países exportadores de la región. Países como Costa Rica, República Dominicana, Panamá, México  y Colombia, tienen una participación de esta variedad especial de cacao entre un 80% a un 90% de la exportación total de cacao en el país, evidenciando su potencial para la generación de impactos positivos en la región.

Las tendencias regionales e internacionales recientes por demanda de productos naturales, saludables y resultado de prácticas éticas y ecológicas de comercio, representan el principal impulso al segmento del cacao fino y de aroma a nivel mundial.

Sin embargo esta tendencia de la demanda, no garantiza por sí solo, la contribución del cacao a la inclusión económica, a impulsar la competitividad de los países productores, ni representa un compromiso con la aplicación de buenas prácticas agrícolas que contemplen la puesta en valor de la biodiversidad y los servicios eco-sistémicos. Es así que entre los principales desafíos se identifican:

1. La articulación adecuada entre los objetivos de conservación y recuperación de ecosistemas y tierras degradadas, con las practicas del cultivo del cacao;
2. El mejoramiento de los ingresos de los productores a través de buenas prácticas agrícolas y ambientales, que le den oportunidades integrales en el desarrollo del sistema agroforestal.
3. El desarrollo de mercados nacionales y la mejora de condiciones de acceso a mercados internacionales.
4. La investigación científica aplicada a la diversificación y valor agregado de la oferta, promoviendo nuevas aplicaciones del cacao para fines cosméticos, farmacéuticos, industriales y alimenticios.
5. La aplicación de prácticas éticas de biocomercio, agregando valor a la reputación y calidad de la oferta regional.
6. El acceso a financiamiento oportuno y adecuado.

Para lograr estos objetivos, realizamos un taller en el ámbito de la Iniciativa Latino Americana del Cacao, en conjunto con el Ministerio de Ambiente de Panamá, Ministerio de Ambiente de República Dominicana y el Proyecto Corredor Biológico Mesoamericano, en colaboración con ANCON, en el que se acordó la elaboración de Nota Conceptual de proyecto asociado a la cadena de valor del cacao, para financiamiento del GEF 7.

Además, esta iniciativa definió los objetivos, metas, alcances y una visión compartida entre los países interesados en participar del proyecto regional, y originó referencias técnicas que permitan la formalización del interés de los países en participar del proyecto.

<https://www.caf.com/es/conocimiento/blog/2018/05/el-mercado-de-cacao-fino-y-de-aroma-un-camino-alternativo-para-america-latina/>

Las recientes oscilaciones en la estructura de precios del commodity del cacao perjudican el comercio internacional y principalmente a los pequeños productores, quienes vieron los precios de su oferta caer cerca del 40% entre mediados del 2016 e inicios del 2018.

De acuerdo con la Organización Internacional del Cacao (ICCO), alrededor del 80% de los productores de cacao tienen una renta media en esta actividad de USD$ 2 por día, cultivan cerca de 5 hectáreas por familia y concentran apenas el 3% del total de los beneficios generados en la cadena de valor.

Estos indicadores generales ilustran que la actividad productiva del cacao a nivel mundial se mantiene por la labor de un segmento de la población rural de baja renta, para quienes los servicios públicos de calidad en educación y salud suelen ser escasos, siendo por lo tanto más vulnerables y sensibles a la volatilidad de los precios de sus productos.

Mitigar la volatilidad de los precios del cacao es parcialmente posible. Sin embargo, las herramientas de mercado disponibles, por el momento, no alcanzan a la gran mayoría de los productores.

Algunas de las herramientas disponibles para mitigar alteraciones en los precios del cacao son:

* manejar la capacidad de producción con informaciones de inteligencia de mercado evitando la sobre oferta;
* realizar contratos con precios a futuro previamente establecidos;
* desarrollar relaciones comerciales más duraderas con compradores dispuestos a pagar precios superiores por ofertas certificadas y que atienden estándares de calidad previamente acordados.

La caída del precio del cacao se arrastra desde Junio/2016, con precio de  USD$3,122/ton, alcanzando su valor más bajo recientemente en Diciembre/2017, USD$ 1,910/ton. Esto redujo significativamente los ingresos de los productores y, consecuentemente, el grado de confianza que depositan en el cacao como un cultivo alternativo, por ejemplo a la hoja de la coca, o a otras actividades informales de extracción y de alto impacto ambiental, como la minería informal.

Esto refleja que los impactos de la caída del precio del cacao pueden ir más allá del impacto directo en la renta del productor. Vale destacar que el cacao es una de las banderas emblemáticas de algunos programas de cooperación de apoyo al desarrollo sostenible de América Latina.

Se estima que entre 2007 y 2017 más de USD$ 600 millones de dólares han sido donados y/o invertidos en países de América Latina través de programas y proyectos de colaboración internacional. Todo indica que este es el momento adecuado para que los actores clave implicados en la cadena de valor del cacao fino y de aroma se articulen e impulsen este segmento, diversificando el riesgo de los productores y desarrollando cadenas de valor orientadas a mercados especializados.

En este sentido, la Iniciativa Latinoamericana del Cacao es un proyecto liderado por CAF que impulsa un movimiento efectivo de colaboración regional para estimular el desarrollo de este segmento. El proyecto cuenta con la participación de nueve países que concentran el 90% de la producción mundial de cacaos premium a nivel mundial, colaborando en la articulación de consensos y generación de referencias técnicas.

<http://progresonetwork.ning.com/profiles/blogs/los-retos-en-el-peru-del-valor-agregado-del-cacao>

¿Por qué no exportamos los café tostado y chocolates si ahí está la ganancia?. Agregar valor debe ser una política que oriente a nuestro país hacia el desarrollo y generar fuentes de trabajo para miles de peruanos y mayores divisas para nuestro país. El mercado de café y chocolate el reto no es tan sencillo, por varias razones casi todo el café se exporta verde y casi todo el cacao se exporta en grano, en NORANDINO estamos diversificando y desde nuestra realidad agregamos valor.   
En el caso del café, varias barreras limitan la exportación como tostado y molido. En primer lugar están los aranceles, mientras que si es en grano está exonerado de todos los impuestos, además el café se consume fresco: hay una tendencia y un mercado creciente de pequeños tostadores que tuestan y distribuyen en el mismo día. Hay que notar también que los gustos de tomar café pueden cambiar cada 100 Km.   
Cacao, -como explique anteriormente-, es un mercado diferente, en general no interesa la calidad. La gran industria tiene máquinas que pueden sacar todos los olores y sabores extraños de los granos cacao y trabajan con cacao de muy mala calidad. Sólo tres multinacionales controlan casi todas las moliendas, estas empresas pueden ofrecer por menos de 1 euro ( 3.81 Soles) un chocolate de calidad aceptable - con un 70 % de cacao, con comercio justo y otros sellos. El mercado de calidad representa el 1% sin embargo está creciendo.   
En Perú hay muchos proyectos financiados por el estado y por la cooperación internacional han intentado sin éxito dar valor agregado. Instalan pequeñas plantas para producir chocolate en lugares muy remotos, donde ni siquiera existe energía eléctrica. Hay mucha maquinaria abandonada por todos lados, este dinero bien pudo ser invertido en proyectos que funcionen. Lamentablemente casi siempre los que toman las decisiones no conocen la realidad del campo y menos del mercado.   
Los proyectos efímeros no tienen la maquinaria adecuada, les falta el conocimiento de cómo producir un buen chocolate, ni equipos, menos la logística para sacar el chocolate al mercado. Les falta capacidad para hacer economías de escala y de llegar con un precio aceptable al consumidor. Ofrecer chocolates que no están adaptados al paladar de los peruanos y los precios muy elevados.   
- En Europa venden a menos de 2 euros (7.61 Soles), y aquí se ofrece a 20 soles. (263% más).   
Algunos chocolateros realizan un trabajo heroico exportando sus chocolates, para ellos nuestra admiración y respecto: ayudan a posicionar la calidad del cacao peruano en el mercado internacional, pero los volúmenes son muy pequeños (menos que un pequeño productor). Uno de los proyectos más exitosos de Perú que trabaja con cacao de calidad y que ha recibido una serie de medallas a nivel internacional, sólo ha vendido 150 kg. en tres países. Esta cantidad es menos de la cuarta parte de la producción promedio de una hectárea.   
Hay que invertir tiempo y dinero para tratar de introducir estos productos en el mercado. Inversiones en promoción y marketing, traducciones, diseño de empaques, reuniones con compradores de hoteles, supermercados, etc, etc. Por eso tienen todo nuestro respeto.   
Está demostrado es que no se requiere de maquinarias sofisticadas para producir un buen chocolate y no solamente los suizos pueden producirlo. Con un buen cacao, conocimiento y experiencia se puede producir un chocolate de calidad en los países de origen, pero el gran problema son los costos y los volúmenes que se requieren para llegar al punto de equilibrio.  
NORANDINO es una cooperativa en la que creemos en el valor agregado, pero evaluando el contexto, siendo realistas y creativos. Vendemos cacao con valor agregado, resaltamos sus perfumes, la historia que hay detrás, garantizamos la trazabilidad, el destino de los ingresos. Esto también agrega valor, y mucho.   
La principal estrategia de NORANDINO es atender a pequeños y medianos chocolateros que trabajan con granos de cacao de calidad y que además están interesados en nuestra gente y su medio ambiente. Este segmento paga el doble del precio del mercado, -es posible salir de la cotización internacional y ya no depender de sus oscilaciones, porque este precio no es real, ya que no obedece a la oferta y la demanda, y por lo tanto lleva a los pequeños a su extinción.  
Agregamos valor también con la transformación del producto. Estamos al inicio de nuestra planta donde produciremos 1500 Toneladas de pasta o licor de cacao. Este proyecto si se evalúa en términos solamente económicos no es viable, pero si agregamos la trazabilidad, la responsabilidad social y medio ambiental, etc, somos competitivos. Luego vamos a sacar dos barras de chocolate a un precio razonable y al gusto de nosotros los peruanos.  
La instalación de nuestra planta de cacao responde justamente a la falta de trazabilidad y la baja calidad del cacao en el mercado. El cacao balance o balance de masas no es otra cosas que con una industria demasiado concentrada y grande no se puede decirle al consumidor de donde viene y cómo fue producido el cacao que está en su chocolate.   
Las grandes empresas que por algo son sociedades Anónimas, normalmente muestran la historia de una familia, trabajadora y brillante. Nosotros tenemos 7000 familias que no son menos.