

ANALISIS DEL MERCADO CACAOTERO

Proyecto: “Plan de inversiones para apoyar la estrategia de desarrollo baja en
emisiones del Caquetá: Territorio productivo, sostenible y en paz”.

ELABORADO POR

Corporación Biocomercio Sostenible

PROFESIONAL DE MERCADEO

Javier Eduardo Vaca

COORDINADORA DE PROYECTO

Edith Helena Grosso Rodríguez



Bogotá Colombia

2020

OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis de mercado nacional e internacional del Cacao en grano y productos fabricados del cacao, a partir del entendimiento de la cadena productiva que opera en Colombia y con una mirada hacia el mercado internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS PARA ANÁLISIS DEL MERCADO

Se realizarán sondeos de mercado en la ciudad de Bogotá y Medellín, a pequeñas empresas y/o medianos empresarios que utilizan el Cacao como materia prima en la transformación de producto final con el propósito de identificar prácticas de producción y posibles oportunidades de negociación para los productores de El Doncello, Caquetá de acuerdo a las características del grano producido.

Identificar tendencias de consumo en el mercado nacional e internacional de productos a base del cacao.

Hacer un análisis general del mercado cacaotero nacional e internacional con especial enfoque en Canadá, visualizar e identificar los requerimientos legales y exigencias de calidad más importantes para la comercialización de dichos productos.

TABLA DE CONTENIDO

- 1. Generalidades del mercado Nacional del Cacao**
- 2. Cadena agroindustrial del cacao en Colombia**
- 3. Producción y cosecha Nacional de Cacao**
 - 3.1 La Cosecha en Colombia
 - 3.2 Producción
 - Producción de cacao en Colombia en la década 2008 – 2018
 - Producción de Cacao por departamentos de Colombia (2018)
- 4. Análisis de precios de la industria nacional cacaotera**
- 5. El mercado de consumo de cacao en grano y la industria chocolatera en Colombia**
 - 5.1 La industria chocolatera en Colombia
 - 5.1.1 Principales empresas que participan en el mercado chocolatero de Colombia
 - 5.1.2 Mediana y pequeña empresa del mercado chocolatero colombiano
 - Base de estudio de portafolios de productos y mercado objetivo para venta de cacao en grano
 - 5.1.3 Sondeo rápido de Mercado
 - Objetivo del sondeo
 - Herramienta y metodología para el sondeo rápido de mercado
 - Empresas seleccionadas para el sondeo rápido de mercado:
 - Cacao y más cacao
 - República del cacao
 - Distrito Chocolate
 - Cacao Vital
 - Juan Choconat
 - Conclusiones generales del sondeo rápido de mercado
- 6. Retos y oportunidades del mercado cacaotero colombiano**

7. Exportaciones de cacao y sus preparaciones Colombia (2016 – 2017)

7.1 Exportaciones de Cacao y sus preparaciones Discriminado por partidas arancelarias y subpartidas (2016 – 2017)

7.1.1 Exportaciones de Cacao en grano 2008 – 2018 (toneladas)

7.2 Análisis de las Exportaciones de cacao y sus preparaciones por país de destino

7.2.1 México

7.2.2 Estados Unidos

7.2.3 Ecuador

7.2.4 Países Bajos (Holanda)

7.2.5 Canadá

- Tendencia del mercado canadiense
- Oportunidad del mercado para Colombia en Canadá, en torno a productos sostenibles
- Principales centros de consumo para la producción en Canadá
- Canales de distribución y términos de negociación

7.2.6 Senso de mercado con objetivo de prospectar clientes para la venta de chocolates especializados en Canadá

- Essence of life (Jeff)
- Fresh and Wild food market (Peter Papadopulos)
- Little Green Planet (Shown Choi)
- Noah's Natural Foods

7.2.7 Conclusiones al análisis de sondeo de mercado

7.3 Pasos recomendados para exportar el cacao a Canadá

1. GENERALIDADES DEL MERCADO NACIONAL DE CACAO

Colombia actualmente goza de ser reconocida a nivel mundial por las características de su cacao, es un cacao fino de sabor y aroma que solo posee el 5% de la producción mundial de acuerdo a una investigación de inteligencia de mercado publicada por Finagro en Julio de 2018. Este **reconocimiento** es ratificado por la **ICCO (The International Cocoa Organization)**, mencionando a Colombia como productor de **cacao de calidad en un 95%**, así mismo, en el **Salón del Chocolate de París**, una vez más Colombia ha sido reconocido por producir uno de los mejores cacaos del mundo. Fedecacao menciona que participó en prestigioso concurso de 2019 con una muestra experimental preparada por su departamento de investigación, la cual contenía una mezcla de cacao proveniente de las regiones de Antioquia y Santander, con los clones Fedecacao San Vicente 1 (FSV1), Fedecacao San Vicente 41 (FSV41), Fedecacao San Vicente 155 (FSV155) y Fedecacao Chigorodó 8 (FCHI8). Sin embargo, cabe mencionar que, en un documento muy serio de investigación, financiado por USAID y producido por Purdue University y el CIAT (International Center for Tropical Agriculture, cuya investigación se llevó a cabo en el 2016, argumenta a partir de un análisis de cifras internacionales de exportaciones de Colombia, que a pesar de los reconocimientos de poseer una variedad de grano fino en sabor y aroma, no se tienen datos concretos de la comercialización exacta de esta variedad de grano en el mercado internacional, se asegura en la investigación que las cifras dadas por ICCO (The international Cocoa Organization), son estimaciones inexactas y cumplen con la función de hacer una segmentación de mercado, en el documento se resalta el caso de Colombia, donde se evidencia en cifras de exportaciones de 2012 a 2016 que el 77,5% de las exportaciones fueron de cacao corriente. Ahora bien, este estudio no desvirtúa que la variedad premium de sabor y aroma sea una tendencia de crecimiento, así como un potencial de competitividad frente a las variedades corrientes que predominan en los mercados más competidos.

La motivación y promoción para el desarrollo del mercado cacaotero en Colombia, se visualiza inicialmente en un **crecimiento de la producción nacional del 50%** de acuerdo a las mediciones de la última década desde el año 2008 al 2018 (Fedecacao). Se espera que esta tendencia siga dando resultados de crecimiento para los siguientes años, durante el **primer semestre de 2019** Fedecacao informó un **incremento del 11% en la producción nacional de cacao al registrar 32.159 toneladas frente a 28.952 toneladas producidas en el mismo periodo de 2018.**

Así mismo el gobierno Nacional durante la suscripción del pacto por el crecimiento económico nacional y la generación de empleo, firmado en 2019, mencionó en vocería y liderazgo de la vicepresidenta Martha Lucia Ramirez que “los pactos aumentarán en 13,4 billones de pesos la producción de las empresas de los **sectores de Cacao**, Cárnico, Industria Agroforestal, Turismo, BPO, Economía Naranja, Software y TI, Moda, Construcción, Industrias del Movimiento, Alimentos Procesados y Químicos”¹. Dicho acuerdo busca el aumento en la producción, ventas y exportaciones del agro colombiano. En el caso del sector cacaotero, se espera que el crecimiento permita **renovar 70.000 hectáreas de cacao envejecido y hacer la sustitución de 50.000 hectáreas de cultivos ilícitos.**

Un estudio publicado en el 2012 por parte de la Revista de ciencias agrícolas donde se hacía un análisis comparativo de competitividad entre Ecuador y Colombia de las cadenas productivas de cacao, mencionó en uno de sus apartes basado en un estudio de Castellanos et al. de 2007 que aproximadamente el **90%** de la producción de cacao correspondía a **pequeños agricultores** con menos de 5 hectáreas. En 2018 **Finagro** en un documento de inteligencia de mercado afirma que en Colombia existen alrededor de **35.000 familias productoras** de cacao, sin embargo, hoy en día ya se habla por parte de **Fedecacao** de **52.000 familias** que cultivan este producto, lo más positivo es que para un gran número de estas familias ha sido una alternativa al reemplazo de cultivos ilícitos.

¹ Noticias Fedecacao

Para efecto del objetivo de nuestro estudio se debe resaltar que Colombia goza de un mercado de consumo del grano con la garantía de compra a la producción nacional entre un 80% y 90% por parte de grandes empresas privadas y grandes representantes de la industria como lo son Casa Lucker y La Nacional de chocolates. Por lo tanto, con esta investigación se espera identificar un mercado objetivo potencial con las mejores garantías de precio y el alcance de la producción a partir de comprender el funcionamiento de la cadena productiva de Cacao en Colombia y la competitividad internacional.

2. Cadena Agroindustrial del cacao en Colombia

Basados en el documento de inteligencia de mercados de Finagro, se menciona que la **cadena agroindustrial de cacao colombiano** está conformada de la siguiente manera: **productores** de grano en la producción primaria, en la parte de la **industria** se encontrarían los productores de chocolates y confites, en **comercio** se encuentran los acopiadores regionales, las grandes superficies, distribuidores de chocolate, exportadores de productos semielaborados y exportadores de grano.

Cadena Agroindustrial del Cacao en Colombia



Datos: Finagro
Diseño y elaboración: Javier Vaca

La institucionalidad representativa del gremio cacaotero del país y respondiendo a la necesidad de contar con un organismo que además de representar el gremio también defendiera los intereses de los cacaocultores, se creó en 1960 La **Federación Nacional de Cacaoteros – FEDECACAO**, la cual actualmente administra el **Fondo Nacional del Cacao** y al **Fondo de Estabilización de Precios**

para el grano. “El Fondo Nacional del Cacao es una cuenta especial creada por ley para el recaudo y manejo de los recursos provenientes de la Cuota de Fomento Cacaotero, y cuyo propósito es la financiación de programas y proyectos de beneficio para la actividad cacaocultora nacional”². Cabe mencionar que es el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, son quienes contratan con la Federación Nacional de Cacaoteros, la administración, recaudo e inversión de la Cuota de Fomento.

3. Producción y cosecha Nacional de Cacao

En línea al propósito de la investigación y en torno a comprender el funcionamiento de toda la cadena productiva del cacao en Colombia para generar competitividad e innovación, desde los pilares más importantes para la elaboración de estrategias y proyecciones de productividad del mercado, a continuación, se describen los datos y aspectos más relevantes de producción y siembra a nivel nacional.

En cuanto a producción y cosecha se destaca:

1. Los departamentos de mayor producción en Colombia son Santander, Arauca, Antioquia y Huila.
2. La cosecha se puede estar realizando en promedio cada dos o tres semanas donde los mayores volúmenes se dan en los periodos de noviembre, diciembre, en otros casos se menciona enero a abril y junio.
3. El cultivo está catalogado como perenne y de tardío rendimiento
4. La pluviosidad requerida ideal se calcula entre 1.500 mm y 2.500 mm anuales.
5. La temperatura ideal para el desarrollo óptimo se presenta en los rangos de temperaturas medias entre 22° C y los 30° C.
6. El cultivo requiere de suelos profundos, texturas francas, buena aireación, retención de humedad, drenaje y fertilidad.

² Fedecacao.com.co



7. El ciclo productivo alcanza los 40 años.
8. En Colombia el material híbrido se obtuvo por cruzamientos entre clones trinitarios y amazónicos e hijos de híbridos. Un bajo porcentaje está establecido con materiales genéticos de clones extranjeros.
9. En Colombia predomina el secado artificial, controlando la temperatura sin sobrepasar los 60° C.
10. La norma técnica colombiana NTC 1252 establece los requisitos mínimos que debe cumplir el grano de cacao para que pueda comercializarse.
11. Sólo un pequeño porcentaje de los productores realizan labores de fertilización, riego, drenaje y siembras, principalmente por el comportamiento del precio en el mercado.³

3.1 La Cosecha en Colombia

Los datos más recientes de siembra de cacao en Colombia se encuentran dados por Fedecacao, elaborado por su departamento de estadísticas. En el año 2018 se llegó un total de **176.050 hectáreas** de siembra a nivel nacional donde el

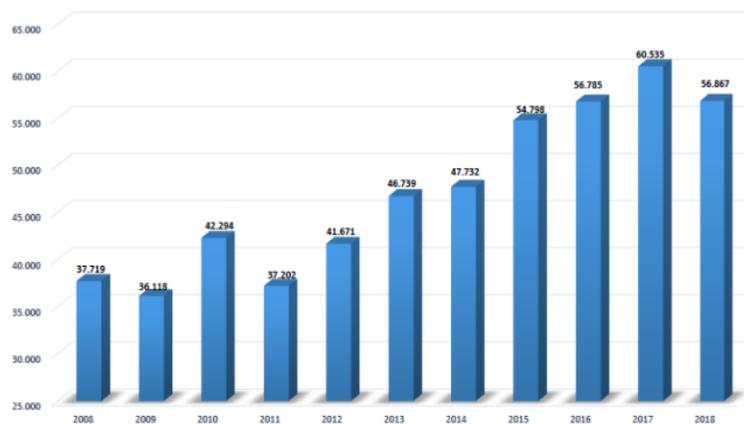
³ Puntos 7al 11 - REVISTA DE CIENCIAS AGRÍCOLAS 29 (1) : 99-112. 2012 ISSN Impreso 0120-0135
ANÁLISIS COMPARATIVO DE COMPETITIVIDAD DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS DE CACAO DE COLOMBIA Y ECUADOR

departamento con mayor participación es el Santander con 56.500 hectáreas que equivalen al 32% del total del área sembrada a nivel nacional, así mismo, por tamaño de hectáreas de siembra le siguen en su orden: Antioquia 14.800 ha, Nariño 14.10 ha, Arauca 14.000 ha, Norte de Santander 12.031 ha, Huila 11.800 ha y Tolima 11.300 ha, estos 6 departamentos equivalen al **44,3%** del total del área sembrada a nivel nacional. Esto quiere decir, que prácticamente el **80% de la siembra** de cacao en Colombia se concentra en 7 departamentos. (Ver gráfico)

Para efecto del objeto de estudio cabe mencionar que **Caquetá** contó en 2018 con **1.400 hectáreas** que equivalieron al **0,8%** del total del área de siembra a nivel nacional, y cuya extensión generó una producción de 114 toneladas respecto a los registros de 2018.

3.2 Producción

Producción de cacao en Colombia en la década 2008 a 2018 (toneladas)



Fuente: Fedecacao – Departamento de Estadística



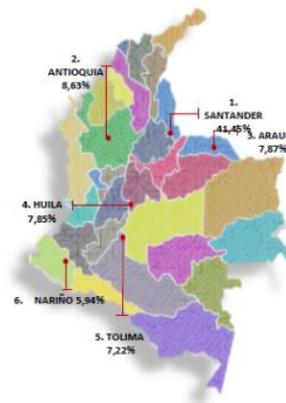
De acuerdo a la gráfica anterior podemos observar que durante la década del 2008 al 2018 la producción de cacao nacional ha crecido alrededor de un **50,7%**, tendencia muy positiva para las proyecciones futuras y proyectos que se han venido fomentando, desarrollando y fortaleciendo con el apoyo del gobierno colombiano al igual que la inversión extranjera y el sector privado. Parte del crecimiento que se ha venido dando en esta última década se atribuye a los servicios ofrecidos por

Fedecacao - Fondo Nacional del Cacao gracias a los programas de investigación y transferencia de tecnología por medio de actividades como: giras técnicas, días de campo, capacitaciones grupales, entre otros; además de la liberación de **nueve clones regionales** que han sido entregados a los productores nacionales y que se han establecido en varias zonas del país donde presentan alta productividad. El año **2018** cerró con una **producción nacional** de cacao de **56.867 toneladas** la cual tuvo un decrecimiento del **-6%** frente al año **2017** que fueron **60.535 toneladas**, sin embargo, esta variación no debe ser preocupante ya que a partir de los datos oficiales más recientes dados por **Fedecacao** en el primer semestre de **2019** se informa un **incremento del 11%**, tendencia que se espera haya jalado la productividad para el segundo semestre y cierre de año.

Producción de Cacao por departamentos de Colombia (2018)

DEPARTAMENTO	PRODUCCIÓN	% PARTICIPACIÓN
SANTANDER	23.574	41,45
ANTIOQUIA	4.905	8,63
ARAUCA	4.478	7,87
HUILA	4.466	7,85
TOLIMA	4.108	7,22
NARIÑO	3.376	5,94
CESAR	1.902	3,34
META	1.610	2,83
CUNDINAMARCA	1.504	2,64
NORTE SANTANDER	1.101	1,94
PUTUMAYO	998	1,75
CALDAS	967	1,7
BOYACA	867	1,52
CAUCA	732	1,29
BOLIVAR	724	1,27
VALLE	427	0,75
CORDOBA	401	0,71
QUINDIO	167	0,29
CHOCO	162	0,28
MAGDALENA	138	0,24
CAQUETA	114	0,2
GUAVIARE	64	0,11
CASANARE	44	0,08
RISARALDA	28	0,05
VICHADA	6	0,01
SUCRE	3	0,01
GUAINIA	1	0
TOTAL	56.867	100

Fuente: Fedecacao – Departamento de Estadística



Activar Wir
Ve a Configura

El **82,2%** de la producción nacional de cacao al cierre de 2018 se concentraba principalmente en los departamentos de Santander con el 41,40% de participación, Antioquia 8,63%, Arauca 7,87%, Huila 7,85%, Tolima 7,22%, Nariño 5,94% y Cesar 3,34%. El **17,8%** restante se reparte en los otros 20 departamentos productores de acuerdo al registro de datos del Departamento de Estadística de Fedecacao.

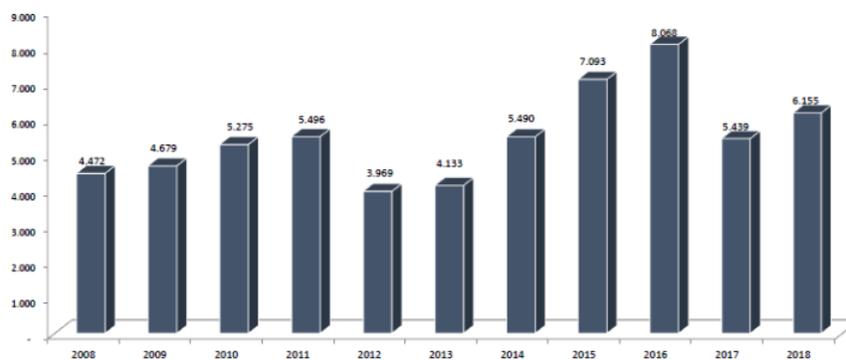
Caquetá produjo en el año 2018 un total aproximado de **114 toneladas** equivalente al **0,2%** de participación sobre el total de la producción nacional. Esto quiere decir que Caquetá generó una **capacidad de producción** aproximada de **81,4 kilos por**

hectárea (Producción / Siembra = Capacidad de producción) (Producción 2018 = 114.000 kg / Siembra 2018 1.400 ha = 81,4 kilos x hectárea). Como objetivo del plan de inversiones que se lleva a cabo en **El Doncello Caquetá** se espera potencializar el crecimiento de la producción esperando contribuir al incremento de las 114 toneladas reportadas en el departamento durante el año **2018**, esto gracias al trabajo e interés de las familias de El Doncello que contribuyen al gran potencial que se le apuesta a esta población, para una producción sostenible y en paz.

El ejemplo de alta productividad en Santander se evidencia gracias a sus características de producto y se ratificó al haber alcanzado el primer lugar en el programa Cocoa of excellence, destacado dentro los mejores cacaos del mundo, es así que se puede describir como un cacao fino y de aroma, de sabores frutales y notas florales con sabor fuerte y acentuado. Este tipo de logros finalmente también contribuyen al crecimiento y desarrollo socio económico de todo un país, lo evidenciamos en el ejemplo de Santander donde representa el sustento de 15 mil familias productoras en 70 municipios de esta región.

4. Análisis de precios de la industria nacional cacaotera

PRECIO PROMEDIO NACIONAL 2017-2018 2008 – 2018 (\$COP x KILO)



Fuente: Fedecacao – Departamento de Estadística

El cacao en Colombia y el mundo es considerado un commodity, su variación depende del comportamiento en la Bolsa de Nueva York y la tasa de cambio. Durante la década del 2008 al 2018 como se observa en la gráfica anterior, se presentó una importante volatilidad año a año, el mayor crecimiento del precio promedio anual se evidenció en el 2016 donde llegaría a los \$8.068 x kilo, sin embargo, el precio caería fuertemente en 2017 al llegar a un piso del precio promedio anual de \$5.439, es decir -32,6% de decrecimiento. En el año 2018 se observa una leve recuperación del precio promedio del 13,2% frente el 2017, equivalente a \$6.155 x kilo. La tendencia en el incremento del precio se mantendría con una leve alza para el año 2019, donde el precio promedio de enero a diciembre sería de \$6.762, es decir un 10% de incremento, que estaría alineado al aumento de la producción nacional del 11% durante el primer semestre del 2019. Sin embargo, al cierre de diciembre del año 2019 Fedecacao reportó un precio de \$7.869 x kilo frente los \$6.124 registrados a finales de enero de 2019, lo que significó un crecimiento del 28,5% durante el año corrido. A continuación, se adjunta un cuadro que refleja la volatilidad del precio nacional del cacao mes a mes y por periodo de fechas durante el año 2019:

Variación de precios durante el año 2019

Fechas 2019	Precio
6 al 22 de diciembre de 2019	↑ \$ 7,869.80
25 de noviembre al 01 de diciembre de 2019	↑ \$ 7,813.80
21 al 27 de octubre de 2019	↑ \$ 7,573.30
23 al 29 de septiembre de 2019	→ \$ 7,021.80
26 de agosto al 01 de septiembre de 2019	→ \$ 6,492.20
29 de julio al 04 de agosto de 2019	→ \$ 6,690.00
22 al 28 de julio de 2019	→ \$ 6,695.20
24 al 30 de junio de 2019	→ \$ 7,024.30
27 de mayo al 02 de junio de 2019	→ \$ 6,918.50
29 de abril al 05 de mayo de 2019	↓ \$ 6,232.00
22 al 28 de abril de 2019	↓ \$ 6,361.80
25 al 31 de marzo de 2019	↓ \$ 5,778.72
18 al 24 de febrero de 2019	↓ \$ 6,081.80
21 al 27 de enero de 2019	↓ \$ 6,124.20

Precio de Referencia Semanal para el Cacao. Fuente: Industria Nacional - Fedecacao - Exportadores.

Diseño y elaboración del cuadro: Javier Vaca

5. El mercado de consumo de cacao en grano y la industria chocolatera en Colombia

La composición actual del mix de mercado para efecto de la industria en la compra de la producción nacional de cacao en Colombia, de acuerdo al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – MADR (2016), se compone de la siguiente forma: la Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker absorben el **90%** de la producción nacional de cacao, un **6%** es adquirido por Chocolate Girones, Colombina y 18 empresas de pequeña escala. La producción restante del **4%** se calcula que se comercializa en el exterior.



Datos: Ministerio de agricultura y desarrollo rural
Diseño y elaboración: Javier Vaca

Colombia goza de un fuerte mercado de consumo de la producción de grano por parte del sector privado y con prácticamente el 90% de garantía de compra a la producción nacional. Estos datos evidencian la inclinación a la producción, consumo y comercialización de **cacao de grano corriente** a nivel nacional entendiéndose a partir de los productos fabricados por las grandes compañías mencionadas y por otro lado el consumo de los hogares colombianos. Diferentes estudios coinciden en que los colombianos consumimos grandes cantidades de barras de chocolate de producción masiva y chocolate de mesa o de tasa para beber, que incluso es tradición y parte de la dieta básica. Estos productos de chocolate masivos tienden a contener concentraciones altas de sólidos de cacao, aceite de palma, azúcar y en

algunas referencias de producto pueden contener adiciones de sabor y olor como clavos de canela o vainilla. Los componentes mencionados y comunes dentro de la producción masiva, claramente se diferencian de un chocolate fino y de aroma o un chocolate de alta calidad, lo cual tiene un sentido común por el tipo de mercado de consumo cotidiano colombiano que es de alta **sensibilidad al precio**. En la elevación de precios de cacao a nivel mundial que se presentó hacia mediados del año 2016, se evidenció como se tuvieron que adaptar las grandes compañías como Casa Lucker y Nacional de Chocolates (Nutresa), las cuales, gracias sus músculos financieros hicieron inversión en desarrollos tecnológicos para aumentar la eficiencia en producción y creación de nuevos productos como fueron en su momento las mezclas de bebidas instantáneas en polvo a base de cacao, cuya categoría de producto actualmente genera márgenes importantes por sus volúmenes de venta en el mercado nacional, de tal manera le permitiría a las grandes compañías de la industria amortiguar el incremento en los costos de materias primas y así mantener los niveles de precios de otras categorías de producto de chocolate. Por otro lado, encontramos en la industria nacional los pequeños empresarios chocolateros que no cuentan aún con la fortaleza financiera necesaria para afrontar la volatilidad de precios altos del grano de cacao, no pueden adquirir nuevas tecnologías, tampoco hacer innovación a partir de investigación y desarrollo de nuevos productos, como si lo pueden hacer las grandes compañías.

Dentro de la industria tradicional se encuentra el productor pequeño y mediano que hace su producción a base de **cacao en grano corriente**, compitiendo preferiblemente en la categoría de **chocolates de mesa** debido a la oportunidad que se genera por el tamaño de la torta de mercado que predomina en torno a las líneas de productos de chocolate que se ajustan a la elasticidad precio de la oferta y la demanda en torno a un mercado de consumo con mayor sensibilidad al precio. Estos pequeños y medianos productores son los más impactados cuando se incrementan los costos de la materia prima y el acceso a la misma. Una de las razones de mayor impacto en costos, corresponde a la forma cómo operan las **centrales regionales de abastecimiento** de cacao en Colombia, otra es tener que

incurrir en los **altos costos logísticos y de inversión en marketing** para poder tener presencia en los diferentes establecimientos de comercio del país.

La anterior situación de empresarios y las nuevas **tendencias de consumo ha impulsado el desarrollo y crecimiento de los nuevos modelos de negocio de experiencia, de consumo saludable y responsable o en otros casos el denominado mercado artesanal**. Es aquí donde está una de las **oportunidades de crecimiento** y aprovechamiento del **cacao fino y de aroma** del cual goza Colombia con el reconocimiento internacional. El desarrollo de productos de mejor calidad elaborados con este tipo de grano conlleva a imponer precios más altos al consumidor final y a pensar en nuevas estrategias de comercialización, por lo mismo que el mercado nacional es más limitado y de un segmento aún muy específico. Una de las estrategias es **crecer en las exportaciones tanto de grano de cacao fino y de aroma como en las exportaciones de chocolatería con valor agregado** (tendencia a lo saludable, orgánico, experiencial) enfocando un mayor esfuerzo en llegar a los mercados que valoran y pagan por este tipo de productos.

Los principales **consumidores per cápita de chocolate en el mundo son Islandia con 6,62 Kg, Bélgica con 5,80 Kg y Suiza 5,46 Kg** de acuerdo al boletín de estadísticas año cacaotero 2017-2018 de la Organización Internacional del Cacao (ICCO). La mejor temporada para identificar el potencial de consumo y las nuevas tendencias de chocolates de lujo en algunos países, al igual que la oportunidad de incrementar el comercio de chocolatería fina, es en las celebraciones de San Valentín (14 de febrero), esta celebración ha venido siendo adoptada por diferentes culturas, llevando a Colombia a beneficiarse de esta tendencia e **incrementar su comercio en países como Estados Unidos, México, Malasia, Bélgica, Países Bajos Holanda, Ecuador, Perú, Argentina, Chile, Panamá y Alemania**. Para el caso del mercado nacional también se presenta una temporada en el mes septiembre con la celebración de amor y amistad. Esta temporada es aprovechada por la industria productora de chocolate de tal manera que se incrementan las ventas de chocolates especiales en barra o la denominada estuchería, que son

chocolates en presentaciones elegantes y por lo general con contenido de chocolate negro o mayor contenido del porcentaje de cacao frente a los chocolates tradicionales.

5.1 La industria chocolatera en Colombia

La industria chocolatera en Colombia se ha venido adaptando a las exigencias de mercados internacionales y tendencias de consumo nacional, que han generado una dinámica del mercado bastante activa por el impacto que se da desde el primer eslabón de la cadena productiva (Producción primaria – productores de grano) como ya lo hemos visto. Así mismo, la industria adapta sus estructuras organizacionales y de producción basado en los cambios de hábitos de consumo en torno a todas las nuevas tendencias como lo son; **productos bajo concepto sostenible, productos orgánicos, productos con menos contenido en azúcar y sin saborizantes ni conservantes, productos bajos en grasa, productos veganos, productos para pastelería, repostería, restaurantes** etc., Toda esta dinámica del mercado impulsa el desarrollo de la oferta que obliga a que se reinventen e innoven los grandes empresas como lo son Nacional de Chocolates y Casa Lucker pero también motiva nuevos emprendimientos y fortalece la lucha con esfuerzo de los empresarios que vienen formándose para diferenciarse, crecer y expandirse hacia mercados internacionales. En esta parte del documento de la investigación de mercados se pretende mostrar algunas de las principales empresas grandes, medianas y pequeñas productoras de chocolate en Colombia con el objeto de comprender mejor su dinámica productiva e identificar que productos vienen elaborando por categoría y tendencia de mercado. De igual forma, se realizó un sondeo de mercado a algunos empresarios medianos y pequeños de la ciudad de Bogotá y Medellín para identificar oportunidades y necesidades como participantes de la industria, de tal manera se pueda compartir la experiencia para los alcances del proyecto que se está trabajando en el Doncello Caquetá.

5.1.1 Principales empresas que participan en el mercado chocolatero de Colombia

Representantes de Gandes empresas productoras de chocolate y princiáles consumidoras de cacao en grano Colombiano			
Razon Social	Quienes son	Categorías Chocolatería	Marcas reconocidas de chocolatería
Nacional de Chocolates Grupo Nutresa	Compañía líder en el mercado de chocolates y snacks en Colombia, que desde 1920, brinda a consumidores productos nutritivos y confiables, con marcas queridas y relevantes para todos los momentos de vida.	Categorías: Golosinas de Chocolate Bebidas de Chocolate Modificados de Leche Barras Nueces y cereales Productos industriales de leche	Jumbo, Chocolisto, Corona, Montblanc, Choco lyne, Nucita, Jet Industria y food service: Cordillera
Casa Lucker	Empresa colombiana de talla internacional, cuenta con un portafolio con una amplia gama de productos de alta calidad en la línea de alimentos y aseo. Es una empresa de tradición, pero también moderna y futurista, estás desde 1906. Tiene presencia en mercados internacionales y de consu fuera del hogar.	Categorías: Chocolates de mesa Modificadores de leche Linea industrial	Lucker Cacao, Lucker tradicional, Chocolate Sol, Chco express, Quesada, Don Sabroso
Colombina	Es una compañía global de alimentos que busca cautivar al consumidor a través de la innovación y el sabor de sus productos. Sustentada en una marca sombrilla fuerte, marcas reconocidas y de alto valor percibido, comercializadas eficazmente para estar al alcance de todos. Comprometida con un esquema de sostenibilidad que involucra a todos sus Grupos de Interés.	Categorías: Confites de chocolate Crema de Chocolate Masmelo cubierto Tabletas de Chocolate Estuches Bombones de Chocolate Chocolate Confitado Barras de chocolate Modificadores de leche	Choco Breack, Nucita, Chocmelos, Chocolatina muuu, Chocodisk, Kick
Chocolate Gironés	Gironés, la empresa de chocolate más grande de Santander y una de las más representativas en el procesamiento de cacao en el país. Ha sido reconocida por la producción y comercialización de chocolates de mesa en barra y en polvo, hoy trabaja en dos ejes fundamentales: la innovación y el trabajo en productos con mayor valor agregado; con miras a llegar al mercado externo.	Categorías: Chocolate de mesa Linea Light Coberturas Materias Primas Otros productos	Chocolate Gironés, Davida

Datos: Páginas web de las empresas

Diseño y elaboración del cuadro: Javier Vaca

5.1.2 Mediana y pequeña empresa del mercado chocolatero colombiano

Base de estudio de portafolios de productos y mercado objetivo para venta de cacao en grano

Representantes de la mediana y pequeña empresa productoras de chocolate y que consumen cerca del 3% de cacao en grano			
Razon Social	Quienes son	Categorías Chocolatería	Marcas reconocidas de chocolatería
Lok Foods	Es una empresa 100% colombiana comprometida con la transformación y comercialización de productos premium nacidos en Colombia. La compañía nació hace cuatro años, compra su cacao a más de 1.300 familias de la fundación El Alcaraván en Arauca. Actualmente opera con tres líneas de negocio: chocolates, que pesa 90%; y café y aceite de coco, que en conjunto componen el otro 10%.	Categorías: Barras de chocolate Barks Cacao Drop and Bites Granola	LOK
Juan Choconat	Es una marca colombiana que prepara cacao bajo el concepto de 'chocolate responsable'. Además, esta empresa fue elegida por los International Chocolate Awards como una de las mejores marcas de cacao del mundo. Este emprendimiento produce barras de cacao sin tostar que conservan antioxidantes. Además, fue elegido como una de las mejores marcas de chocolate del mundo.	Categorías: Barras Crema untable Bolsas Cajas Regalo	Juan Chocolat (diferentes porcentajes de cacao y combinaciones como: Cacao sin tostar, Chocolate con moink fruit, cacao con uchuva, chocolate dorado, cacao con leche, cacao y café especial, cacao naranja y leche, cacao limón).
Cacao Vital	Cacao Vital es una empresa dedicada al desarrollo y comercialización de productos derivados del cacao, cuyo valor agregado es resaltar y garantizar las propiedades funcionales, medicinales y nutricionales. Se debe acalarar que cacao vital no produce golosinas ya que su enfoque ofrecer producir salud y bienestar, donde se garantizar todos los compuestos funcionales del cacao. Presenta un alto efoque de responsabilidad social y compromiso en apoyar y enseñar al cultivador colombiano .	Categorías: Choco Nibs Fibra dietaria Granos Tostados Manjares de Cacao Polvo de cacao puro	Cacao Vital
Distrito Chocolate	Nacen con la firme convicción de dar visibilidad al esfuerzo de estos campesinos, al producto que laboran sus manos y que se ha convertido en orgullo colombiano. Es así que han propuesto como MISIÓN, posicionar el CHOCOLATE como un producto orgullo de Colombia, que cada día más personas lo conozcan, lo valoren y lo amen como ellos. El amor al cacao se traduce en el apoyo a miles de campesinos que le dedican su vida a su siembra, transformación, producción y transformación de este fruto en el delicioso chocolate que disfrutamos.	Categorías: Barras de chocolate premium Chocolates de mesa Vitrina de otras marcas	Distrito Chocolate

Datos: Indagación de mercado y páginas web de las empresas

Diseño y elaboración del cuadro: Javier Vaca

Razon Social	Quienes son	Categorías Chocolatería	Marcas reconocidas de chocolatería
República del Cacao	Nació República del Cacao, con una misión: producir localmente el chocolate latinoamericano más auténtico, protegiendo la producción sostenible de cacao fino. El clima ecuatorial único, rica y variada biodiversidad proporcionan las condiciones perfectas para el cultivo de cacao y estamos orgullosos de producir nuestro chocolate completamente en América Latina, con ingredientes naturales locales.	Categorías: Profesional (Chocolates en polvo con con diferente % de cacao), Al por menor (Barras de chocolate y estuches) y Producto destacado	República del Cacao: Diferentes presentaciones Single Origen Blends 100% puro Productos del mes
Cacao y más cacao	Nace en el año 2009 como una tienda especializada, dedicada a la investigación, desarrollo, recuperación y promoción de la cultura del cacao. A través de alianzas con diferentes agricultores ofrecen cacao de la mejor calidad a los clientes, cacao grano-seco, grano tostado, nibs de cacao, chocolate para taza, coberturas de chocolate y cascarilla para infusión de cacao. Todo, preparado con cacao puro, con garantía de origen único o cacao 100% orgánico certificado. En su tienda ofrecen bebidas típicas a base de cacao o de café, bombonería fina, barras de chocolate en diferentes porcentajes y todo tipo de grajeados de chocolate.	Cacaos Especiales Cacao orgánico especializado. Cacao fino de sabor y aroma con origen certificado. Presentaciones Grano seco tostado. NIBS Licor de Cacao. Té de Cacao/infusión. Chocolate de cobertura en diferentes porcentajes. Chúcula siete granos. Chúcula especial o personalizada (pistachos, avellanas, marraron, almendra, maní) y más. Bombonería Fina Bombones rellenos, cerca de 40 sabores, resaltando el gusto colombiano. Barras en diferentes porcentajes, 100%, 85%, 55% y más. Barras con nueces o frutos secos. Barras de chocolate blanco real con NIBS. Snacks y grajeados. Chocouva, chocomaní, chocouchuvas, chococereal, nibs, arroz soplado, chococafé, chocobanano, chocoalmdra, chocomango, chocococo, chocopiña, M&M y más. Detalles Especializados	Cacao y más cacao Sierra Nevada Tree cup Nilo
Cacao Hunter	Transforman granos de cacao de diferentes rincones del país en barras de chocolate, dignificando la vida de los agricultores dedicados a producirlos, y promoviendo una cultura de mejores prácticas de siembra con el fin de obtener una materia prima de calidad superior. Es un proyecto de desarrollo sostenible que va más allá de producir las mejores barras de chocolate del mundo; es una aventura a lo largo y ancho de Colombia, de la mano de los productores de cacao.	Barras de chocolate Snaks Linea Profesional: Arhuacos Sierra Nevada Magdalena Boyacá Arauca Tumaco	Cacao Hunter

Datos: Indagación de mercado y páginas web de las empresas
Diseño y elaboración del cuadro: Javier Vaca

5.1.3 Sondeo rápido de Mercado

Objetivo del sondeo

El presente sondeo de mercado se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá y Medellín a empresas y/o empresarios que utilizan el Cacao como materia prima para la transformación de nuevos productos. El objetivo del sondeo consistió en hacer una lectura rápida de variables relevantes e importantes a tener en cuenta a la hora de identificar nuevas tendencias productivas y comerciales dentro de modelos de negocio que aplican prácticas de producción sostenible, amigables para el medio ambiente, competitivas, rentables y con el deseo de apoyar al productor colombiano (Doncello – Caquetá).

Herramienta y metodología para el sondeo rápido de mercado

La herramienta utilizada fue un modelo de encuesta preestablecido por la CBS con preguntas de opción múltiple y algunas abiertas las cuales se aplicaron por medio de entrevista presencial.

Las empresas a las cuales se aplico el sondeo inicial de mercado fueron identificadas a partir de prospección mediante indagación previa teniendo en cuenta que cumplieran con el perfil deseado y la búsqueda al objetivo propuesto.

INSTRUMENTO SONDEO DE MERCADO - SMR			
I. DATOS DEL COMPRADOR			
Nombre completo:			
Dirección:			
Departamento:		Municipio:	
Teléfonos:		Email:	
Tipo de comprador:			

Mayorista	Intermediario	Gran superficie	Supermercado	Restaurante	Tienda especializada	Institución
Otro. ¿Cuál?						
Misión de la empresa o negocio:						
Interés en diversificar el portafolio de productos:				Si	No	Tal vez
Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes:				Si	No	Tal vez
Interés en productos con atributos de conservación ambiental:				Si	No	Tal vez
II. DATOS DE PRODUCTO Y REQUISITOS DE COMPRA						
Actualmente compra productos similares:			Si		No	
¿Cuáles son los productos que compra actualmente?						
Unidad de medida solicitada del producto:						
Libra	Media	Cuarto	Al por mayor			
Otro. ¿Cuál?						
Tipo de presentación solicitada del producto:						
Caja	Saco	Bulto	Bandeja		Frasco	
Otro. ¿Cuál?						
Calidad del producto:						
Variedad		Color	Tamaño		Origen	
Otro. ¿Cuál?						
Época de mayor demanda:						
Requisitos legales para comercializar:						
Registro Sanitario/Invima		Código de barras	Cámara de comercio	Rut	Facturas	Cuenta de cobro
Empaque	Sellos	Otro ¿Cuál?				
Formas de pago:						

Contado	Crédito. ¿Cuántos días?	Otro ¿Cuál?		
Precio de compra				
Máximo		Mínimo		
Características diferenciadoras para la decisión de compra:				
Calidad	Variedad	Tamaño	Valor agregado	Aporte ambiental
Otro ¿Cuál?				
Volumen para realizar una compra del producto:				
Mínimo		Máximo		
Frecuencia requerida para la entrega del producto				
Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	
Otro ¿Cuál?				
Forma de entrega				
Sitio de producción	Sitio del comprador		Intermediario	
Otro ¿Cuál?				
Observaciones:				

Empresas seleccionadas para el sondeo rápido de mercado

1. Cacao y más Cacao

Sondeo de mercado- Entrevista

Persona Entrevistada: Nidia Delgado

Cargo: Socia fundadora con el esposo Javier Rojas

Ciudad: Bogotá

Tipo de Comprador

Tienda Especializada

Misión – Quienes son

Nace en el año 2009 como una tienda especializada, dedicada a la investigación, desarrollo, recuperación y promoción de la cultura del cacao.

A través de alianzas con diferentes agricultores ofrecen cacao de la mejor calidad a los clientes, cacao grano-seco, grano tostado, nibs de cacao, chocolate para taza, coberturas de chocolate y cascarilla para infusión de cacao. Todo, preparado con cacao puro, con garantía de origen único o cacao 100% orgánico certificado.

En su tienda ofrecen bebidas típicas a base de cacao o de café, bombonería fina, barras de chocolate en diferentes porcentajes y todo tipo de grajeados de chocolate.

A pesar de tener un solo punto de venta se identifica que es una empresa que trabaja un amplio portafolio de productos con fortalezas desarrolladas en otros servicios y desarrollo comunitario. Es así que realizan acompañamiento en visitas y diagnósticos de cultivos, asesoría B.P.A. e implementación en cultivos orgánicos. Participan en otras actividades tales como citación y charlas de apreciación de cacao dentro y fuera del establecimiento, ruta del cacao (experiencia sensorial y turística en fincas productoras) y trabajo con niños llamado Cacaïtos (talleres infantiles).

Las regiones con las cuales se encuentran trabajando son: Yacopí cundinamarca, Boyacá, Arauca y actualmente tienen proyectado Antioquia.



Respuestas al sondeo rápido de mercado

Interés por diversificar el portafolio : Si

Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes: Si

Interés en productos con atributos de conservación ambiental: Si

Dato de productos:

- Cacaos Especiales
- Cacao orgánico especializado.
- Cacao fino de sabor y aroma con origen certificado.
- Presentaciones
- Grano seco tostado.
- NIBS
- Licor de Cacao.
- Té de Cacao/infusión.
- Chocolate de cobertura en diferentes porcentajes.
- Chúcula siete granos.
- Chúcula especial o personalizada (pistachos, avellanas, marraron, almendra, maní) y más.
- Bombonería Fina
- Bombones rellenos, cerca de 40 sabores, resaltando el gusto colombiano.
- Barras en diferentes porcentajes, 100%, 85%, 55% y más.
- Barras con nueces o frutos secos.
- Barras de chocolate blanco real con NIBS.
- Snacks y grajeados. Chocouva, chocomaní, chocouchuvas, chococereal, nibs, arroz soplado, chococafé, chocobanano, chocoalmendra, chocomango, chocococo, chocopiña, M&M y más.
- Detalles Especializados

Datos de producto y Requisitos de compra

Producto que compra: Cacao en grano crudo

Unidad de medida solicitada del producto para abastecimiento: Al por mayor en kilogramos y envíos por micro lotes para garantizar la trazabilidad del producto

Tipo de presentación solicitada del producto: Bulto

Calidad del producto solicitado:

Con variedad y origen definida. Se analiza la humedad del producto (Máxima humedad del 7%)

Epoca de mayor demanda:

La oferta de chocolatería se trabaja a partir de la capacidad de producción, que va en línea con la cantidad de grano que se recibe de acuerdo a las épocas de cosecha (oferta de producción primaria)

Requisitos legales para comercializar: Sexige y se cumplen con los de ley

- Registro Invima
- Cámara y comercio
- RUT
- Facturas
- Cuenta de Cobro

Forma de pago: Sujeta a negociación. Sin embargo se busca trabajar con pago contado por medio de consignación a 90 días.

Precio de compra: El precio surge de negociación después de la revisión y verificación de la calidad del producto y su variedad.

Característica diferenciadoras para la decisión de compra:

Calidad , variedad y valor agregado.

Volumen para realizar un compra de producto:

Se hace negociación a partir de la disponibilidad del grano ofrecido por el ofertante.

Frecuencia requerida para la entrega del producto:

Inicialmente se parte de la disponibilidad de ingresos por resultado de las ventas. Por otra parte es sujeta a negociación por cumplimiento y disponibilidad del productor.

Forma de entrega:

Por negociación la cual puede ser con entrega en nuestra bodega o se trae personalmente.

2. República del Cacao

Sondeo de mercado- Entrevista

Persona Entrevistada: Laura Gutiérrez

Cargo: Coordinadora de operaciones en Colombia

Ciudad: Bogotá

Tipo de Comprador

Tienda Especializada

Misión – Quienes son

República del Cacao, con una misión: producir localmente el chocolate latinoamericano más auténtico, protegiendo la producción sostenible de cacao fino. El clima ecuatorial único, rica y variada biodiversidad proporcionan las condiciones perfectas para el cultivo de cacao por lo que están orgullosos de producir chocolate en América Latina, con ingredientes naturales locales.

El cacao proviene de pequeñas plantaciones en Perú, Ecuador, Colombia y República Dominicana. Se enfocan en tener alianzas directas y transparentes, permitiendo relaciones libres de intermediarios. Sus proveedores están comprometidos con un código de prácticas responsables y sostenibles que garantiza condiciones laborales seguras, derechos humanos, anticorrupción y prácticas ecológicas.

Durante la entrevista con Laura se identifica disposición e interés al proyecto que se está llevando a cabo en el Doncello Caquetá, para tal caso expresa que cualquier propuesta que realicemos a República del Cacao ella con gusto la escala a la central de Ecuador para que sea evaluada.



Respuestas al sondeo rápido de mercado

Interés por diversificar el portafolio : Si

Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes: Si

Interés en productos con atributos de conservación ambiental: Si

Dato de productos:

Por categorías Categorías:

Profesional (Chocolates en polvo con con diferente % de cacao)

Al por menor (Barras de chocolate y estuches)

Producto destacado: Productos especiales y de temporalidad

Datos de producto y Requisitos de compra

Producto que compra: Cacao criollo (grano clásico) y fino de sabor y aroma

Unidad de medida solicitada del producto para abastecimiento:

Al por mayor por kilogramos

Tipo de presentación solicitada del producto: Bulto

Calidad del producto solicitado:

Por variedad y origen

Epoca de mayor demanda:

Identifican dos periodos al año. Octubre a enero y junio a agosto.

Requisitos legales para comercializar: Sexige y se cumplen con los de ley

- Registro Invima
- Código de barras
- Cámara y comercio
- RUT
- Facturas: Digital
- Cuenta de Cobro: del proveedor

Forma de pago:

Al proveedor se hace por las establecidas en negociación.

En la tienda se maneja efectivo, tarjeta

En línea de repostería se trabaja con pago a 30 días

Precio de compra:

En grano lo definen desde Ecuador

En tienda se manejan productos de chocolatería que van desde \$29.900 hasta \$250.000

Característica diferenciadoras para la decisión de compra:

Calidad , variedad y valor agregado en cuanto a origen orgánico.

Volumen para realizar un compra de producto:

Se define desde Ecuador, pero por lo general se busca hacer en dos periodos al año de acuerdo a la producción de grano.

Frecuencia requerida para la entrega del producto:

Semestral

Forma de entrega:

Sitio de producción

3. Distrito Chocolate

Sondeo de mercado- Entrevista

Persona Entrevistada: Juan Antonio Urbano

Cargo: Socio Fundador

Ciudad: Bogotá

Tipo de Comprador

Mayorista, Tienda especializada y en construcción un plan exportador

Misión – Quienes son

Nacen con la firme convicción de dar visibilidad al esfuerzo de campesinos, al producto que laboran sus manos y que se ha convertido en orgullo colombiano. Es así que han propuesto como misión, posicionar el chocolate como un producto orgullo de Colombia, que cada día más personas lo conozcan, lo valoren y lo amen. El amor al cacao se traduce en el apoyo a miles de campesinos que le dedican su vida a su siembra, transformación, producción y transformación de este fruto en el delicioso chocolate que disfrutamos.

Se muestran como una vitrina de los cacao cultores colombianos y se dedican a enaltecer y profesionalizar el trabajo de más de 27.000 familias productoras de todo el país, creando modelos de negocio donde el eje principal es el campesino. Además de producir y comercializar, buscan transmitir conocimiento, experiencia y amor por este mercado, es por eso que realizan talleres de capacitación con las familias que apoyan. Durante la entrevista realizada con el sr. Juan Urbano, se

identifica un gran interés por el proyecto expuesto del Doncello Caquetá, coincidentalmente GIZ (Cooperación Alemana en Colombia) le ha ofrecido llevarlo al Caquetá para realizar talleres y otro tipo de actividades de las cuales no profundizo mucho. Sin embargo demuestra gran interés por el trabajo que la CBS está realizando en el Doncello Caquetá y ofrece sus servicios de conocimiento en el caso de poder coordinar alguna actividad en la que identifiquemos que el sr. Juan pueda aportar durante su visita.



Respuestas al sondeo rápido de mercado

Interés por diversificar el portafolio : Si

Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes: Si

Interés en productos con atributos de conservación ambiental: Si

Dato de productos:

- Barras de chocolate premium
- Chocolates de mesa
- Vitrina de otras marcas

Datos de producto y Requisitos de compra

Productos que compra: Cacao en grano para producción y productos de chocolatería de pequeños productores como apoyo de vitrina y comercialización.

Unidad de medida solicitada del producto para abastecimiento:

Al por mayor en kilogramos. En productos de chocolatería (Barras 280gr,500gr en caja)

Tipo de presentación solicitada del producto: Bulto

Calidad del producto solicitado:

Por variedad y origen. Se analiza la trasabilidad para los chocolates especializados

Epoca de mayor demanda:

Identifican tres periodos (Mayo, diciembre y septiembre)

Requisitos legales para comercializar: Todos los de ley para preveedor y acuerdos de comercialización.

- Registro Invima
- Código de barras
- Cámara y comercio
- RUT
- Facturas
- Empaque: Requisitos de calidad
- Sellos de calidad – verificación para el productor pequeño

Forma de pago:

Para comercializar productos se hace por consignación

Para la compra de grano se hace contra entrega

Precio de compra:

Se parte del precio de mercado pero se ofrece una prima adicional para los productores que cumplan con el protocolo de calidad. Se puede negociar en un promedio de \$10.000.

Característica diferenciadoras para la decisión de compra:

Calidad , variedad, tamaño, valor agregado y aporte ambiental.

Volumen para realizar una compra de producto:

Minimo 50kg y máximo 1 a 2 toneladas

Frecuencia requerida para la entrega del producto:

Por negociación en cumplimiento y disponibilidad del productor.

Forma de entrega:

Se aplica la política de costear el transporte cuando se es pesto en bodega.

4. Cacao Vital

Sondeo de mercado

Persona Entrevistada: Juan Antonio Espinosa

Cargo: Socio Fundador

Ciudad: Medellín

Tipo de Comprador

Especializado, mayorista

Misión – Quienes son

Cacao Vital es una empresa dedicada al desarrollo y comercialización de productos derivados del cacao, cuyo valor agregado es resaltar y garantizar las propiedades funcionales, medicinales y nutricionales. Se debe acalarar que cacao vital no produce golosinas ya que su enfoque ofrecer producir salud y bienestar, donde se garantizar todos los compurestos funcionales del cacao. Presenta un alto efoque de responsabilidad social y compromiso en apoyar y enseñar al cutivador colombiano.



Respuestas al sondeo rápido de mercado

Interés por diversificar el portafolio : Si

Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes: Si

Interés en productos con atributos de conservación ambiental: Si

Dato de productos:

- Choco Nibs
- Fibra dietaria
- Granos Tostados
- Manjares de Cacao
- Polvo de cacao puro

Datos de producto y Requisitos de compra

Productos que compra:

Cacao en grano para producción

Unidad de medida solicitada del producto para abastecimiento:

En kilogramos.

Tipo de presentación solicitada del producto: Bulto de grano

Calidad del producto solicitado:

Por variedad, color, tamaño, origen. Análisis de propiedades del grano

Epoca de mayor demanda:

De acuerdo a periodos de cosecha

Requisitos legales para comercializar: Todos los de ley para preveedor y acuerdos de comercialización.

- Registro Invima
- Código de barras
- Cámara y comercio
- RUT
- Facturas
- Empaque: Requisitos de calidad
- Sellos de calidad – verificación para el productor pequeño

Forma de pago:

Se ajusta a negociación con el productor

Precio de compra:

El objetivo es valorar el campesin, se busca pagar un mejor precio al que ofrecen Casas Lucker o nacional de chocolates. Podría ir de los \$6. 000 a los \$10.000/kilo

Carácterística difereciadoras para la desición de compra:

Calidad , variedad, tamaño, humedad maximo al 7%, grano limpio.

Volumen para realizar una compra de producto:

Sujeto a negociación

Frecuencia requerida para la entrega del producto:

Sujeto a disponibilidad del productor.

Forma de entrega:

Se puede negociar la entrega o propio transporte.

5. Juan Choconat

Sondeo de mercado - Investigación

Propietario: Juan Manuel Arbeláez

Tipo de Comprador

Especializado, mayorista

Misión – Quienes son

Es una marca colombiana que prepara cacao bajo el concepto de ‘chocolate responsable’. Además, esta empresa fue elegida por los International Chocolate Awards como una de las mejores marcas de cacao del mundo.

Este emprendimiento produce barras de cacao sin tostar que conservan antioxidantes. Además, fue elegido como una de las mejores marcas de chocolate del mundo.



Productos

- Barras
- Crema unttable
- Bolsas
- Cajas Regalo

Impacto Social

Juan Choconat trabaja con 80 familias de pequeños campesinos que cultivan cacao en municipios del Tolima como Ataco, Rioblanco, Prado y el corregimiento doce de Ibagué. En un artículo de las dos orillas Juan menciona que el trabajo con sus cultivadores le permite tener hasta un 72% más de ganancias de las que tendrían con intermediarios. De acuerdo al negocio, en el Tolima un campesino puede estar

vendiendo un kilo de cacao en **\$5.000** , de los cuáles un intermediario puede estar descontando entre 1000 y 1500.

Logística

Actualmente ha realizado alianzas estratégicas para la distribución de sus productos. Una alianza es con el Grupo Éxito, por medio del cual logra negociar sus productos de chocolatería en Carulla a nivel nacional. Clave para llegar al acuerdo el compromiso con los campesinos. La alianza con Éxito conllevaría a que ellos compren el 60% de la producción total. Para asumir el reto de producción, se logra el apoyo de Impulsa por 120 millones de pesos para invertir en la empresa. Otro aliado fue el Banco Agrario con un crédito.

Conclusiones generales del sondeo rápido de mercado

1. Las empresas se identifican como tienda especializada y/o mayorista.
2. Las empresas tienen involucrado dentro de su misión, trabajar por el desarrollo del campesino colombiano.
3. Las empresas cumplen con el interés de diversificar su portafolio de productos.
4. De acuerdo al análisis de los portafolios de productos se ve una tendencia hacia productos con mayor contenido de cacao, con mezclas frutales y destacando las características saludables de los productos.
5. Expresan tener interés por los productos amigables con el medio ambiente y que la producción del Cacao se de a partir aplicar prácticas sostenibles y en función de la conservación del medio ambiente.
6. Distrito Chocolate menciona tener en su proyecto el adquirir empaques biodegradables para la comercialización de sus productos finales.
7. En cuanto a la unidad de medida para la compra a proveedores se identifica que cada empresa tiene preestablecido sus parámetros de compra de acuerdo a las necesidades de producción y temporalidad.
8. A la pregunta que hace referencia a la calidad del producto, las empresas coinciden dos variables como las más importantes: **Variedad y origen**. Adicional dos hablan de la trazabilidad al tener productos .

9. La época de mayor demanda por lo visto esta directamente relacionada a los periodos de cosecha y por otra parte por la experiencia que cada empresa a identificado en torno a su propio negocio
10. En cuanto a que requisitos legales, los mencionan a partir de comercialización y producción. En comercialización las tres coinciden en que son indispensables todos los requerimientos de ley: Tener registro INVIMA, código de barras, cámara de comercio, RUT, sistema de facturación y empaques recomendados para la conservación del producto.
11. Para la compra a proveedores coinciden en que se practiquen buenas prácticas de producción, manipulación y almacenamiento. En cuanto a las demás variables vistas en comercialización aplicadas como decisión de compra al proveedor, estas van a generar valor y claramente inclinan la balanza a la compra, sin embargo son consientes que hay que educar al campesino y apoyarlo para que llegue a ser competitivo.
12. El pago a proveedores esta establecido por política de cada empresa.
13. El precio de compra esta basado en precio de mercado, pero también se establece por política de las empresas.
14. Volumen y frecuencia de Compra a proveedores depende principalmente del cronograma de entregas establecido en negociación, puede variar de acuerdo experiencia ya que los productores colombianos presenta continuamente situaciones que afectan las cosechas y por ende el cumplimiento de la producción.

Distrito Chocolate: El volumen de compra al igual que la frecuencia de compra varia de acuerdo a la dinámica del mercado y el cumplimiento del productor, por tal razón sus compras son variables y pueden estar en un rango mínimo promedio de 50 kg y un rango máximo promedio de 1 a 2 toneladas.

República del Cacao: Sus compras están establecidas con frecuencia semestral, es decir dos compras al año y los volúmenes los establecen desde casa matriz (Ecuador).

Cacao y más cacao: Los volúmenes y frecuencia de compra los establecen también de acuerdo a la dinámica del mercado en cuanto al comportamiento de

las ventas en producto terminado y por otro parte de acuerdo a la producción que establezcan los productores colombianos con que negocian.

15. Forma de entrega:

Distrito Chocolate y Cacao y más cacao coinciden en que la entrega se establezca en el sitio del comprador, sin embargo es negociable y se debe calcular el costo de la logística de entrega dentro de la negociación final.

Republica del cacao menciona que la entrega se realiza en el sitio de producción y ellos se encargan de la logística de transporte y establecido dentro de la negociación.

6. Retos y oportunidades del mercado cacaotero colombiano

El mercado cacaotero en Colombia ha venido en constante evolución y crecimiento, pero acompañado de gran volatilidad que afecta la oferta y la demanda a partir de las diferentes variables que se presentan en torno a cada eslabón que compone la cadena de valor y termina impactando la dinámica del mercado; **Producción** (cultivos ineficientes - grandes empresas que compran el mayor porcentaje de producción e imponen precio - bajos ingresos para el campesino productor - cultivos ilícitos más rentables), **logística y centros de abastecimiento** (altos costos – limitado, desordenado y faltos de tecnología), **transformación de producto** (enfoque a producto tradicional de consumo masivo – inversión en investigación costosa para el pequeño y mediano productor – variación de precios), **comercialización** (volatilidad del precio - dominio de grandes empresas), **comercio exterior (oportunidad en exportaciones)**, **tendencia de consumo en Colombia** (sensible al precio - oportunidad en innovación - nuevas tendencias).

Como vemos, las oportunidades de crecimiento en el mercado cacaotero colombiano comienzan a partir de identificar y mejorar las debilidades que se vienen presentando a través de la cadena de abastecimiento y en **fortalecer las negociaciones de exportación** en virtud de aprovechar la calidad reconocida del cacao 95% e innovar en producto transformado con este tipo de chocolate.

Adicionalmente, la **demanda mundial** viene **umentando un 8%** aproximadamente cada año de acuerdo a datos de la Organización Internacional del Cacao (ICCO). Así mismo en un documento del año 2016 elaborado por Ministerio de Industria y Comercio junto con Procolombia, se mencionaba que para el año 2020 se podría presentar un déficit en la producción mundial debido a la falta de semillas que no darían abasto frente al creciente consumo mundial y con especial énfasis en Asia.

Dicho estudio también mencionaba que productos intermedios como pasta o licor de cacao, manteca o aceite y en polvo son cada vez más demandados por la industria alimenticia y cosmética a nivel global. De tal manera y como ya lo mencionamos, la identificación de esta necesidad internacional es una clara oportunidad para subir las ventas internacionales y el posicionamiento del país en chocolates premium (finos en aroma y sabor).

7. Exportaciones de cacao y sus preparaciones Colombia (2016 – 2017)

Total Exportaciones de Colombia x Capítulo del Arancel		
Capítulo 18: Cacao y sus preparaciones		
Análisis: Anual		
Año	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
2016	29,536,015.52	136,655,299.42
2017	32,447,200.76	112,259,699.26

Variación 2016-2017 Valor FOB (US\$)	-18%
---	------

Variación 2016-2017 Peso Neto (kgm)	10%
--	-----

Datos: SIEX (DIAN)
Diseño y elaboración: Javier Vaca

Los anteriores cuadros permiten visualizar el global de exportaciones actuales de Colombia que componen el total del **Capítulo 18 del arancel (Cacao y sus preparaciones)** de los años **2016 y 2017**, siendo las cifras más actuales ofrecidas por el **SIEX (Sistema estadístico de comercio exterior (DIAN))** al momento de la construcción de este documento de investigación. Como vemos, las cifras presentan una variación de **crecimiento del 10%** en el **peso neto** respecto a los años 2016 vs 2017, pero también se presentó una **variación negativa del -18%** en el valor

FOB (US\$). Lo que se puede deducir en términos generales, es la importancia en la variación del precio, en este caso, un **precio** por unidad FOB de US\$ 4,63 en 2016 vs US\$ 3,46 en 2017, es decir **(33.7%)** más elevado en 2016, dicha variación repercutió positivamente en el valor exportado total FOB (US\$) del capítulo del arancel (cacao y sus preparaciones) a pesar de ser menos las exportaciones totales en peso del 2016. Se debe aclarar que el ejercicio de análisis anterior del precio, es conveniente hacerlo a partir del comportamiento detallado por partida y subpartida arancelaria y país de destino.

Ahora veamos como fue el comportamiento (2016 vs 2017) discriminado por cada **partida arancelaria y subpartida** más representativas que componen el total del capítulo (cacao y sus preparaciones) (ver gráfico).

7.1 Exportaciones de Cacao y sus preparaciones

Discriminado por partidas arancelarias y subpartidas (2016 – 207)

Partida arancelaria	Subpartida	2016			2017		
		Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)	Precio x Kgm FOB (US\$)	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)	Precio x Kgm FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	10,389,214.90	31,319,321.80	3.01	11,793,115.12	26,543,101.22	2.25
	Subpartida 002000: cacao tostado en grano, entero o partido.	35,119.99	199,834.92	5.69	83,219.97	782,621.38	9.40
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	Subpartida 100000: pasta de cacao sin desgrasar	1,616,316.60	7,234,282.02	4.48	1,760,109.00	7,325,204.00	4.16
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	1,983,530.00	13,034,645.50	6.57	1,679,846.00	8,601,432.75	5.12
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	1,606,185.00	10,700,107.86	6.66	1,486,214.00	8,597,524.57	5.78
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azcar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adicisn de azcar ni otro edulcorante.	946,555.83	3,267,187.42	3.45	1,012,098.31	3,260,986.15	3.22
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	1,526,201.71	6,662,612.75	4.37	2,197,903.38	9,230,764.62	4.20
	Subpartida 310000: las demas preparaciones alimenticias "rellenas", en bloques, en tabletas o en barras.	775,435.28	3,190,006.79	4.11	1,038,816.47	4,287,346.80	4.13
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	1,413,346.49	6,131,884.49	4.34	2,524,384.47	13,501,663.76	5.35
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	8,750,873.43	51,475,118.50	5.88	8,502,910.63	28,125,490.58	3.31
TOTAL		29,042,779.23	133,215,002.05		32,078,617.35	110,256,135.83	

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

En total del capítulo de cacao y sus preparaciones se compone de **6 partidas arancelarias** y **33 subpartidas** aproximadamente. Para efecto de facilitar el presente análisis, se buscó identificar las partidas y subpartidas con mayor participación en peso y valor. El cuadro anterior ilustra 4 partidas arancelarias con sus respectivas subpartidas más importantes que equivalen prácticamente al **99%**

de las exportaciones que realizó Colombia para el año 2016 y 2017, tanto en peso como en valor. Así mismo, las partidas arancelarias más representativas identificadas son la **partida arancelaria 01 (Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado) que hace aproximadamente el 37% del peso sobre el total de las exportaciones en 2017** y la **partida arancelaria 06 (Chocolate y las demás preparaciones alimenticias que contengan cacao) hace aproximadamente el 44% del peso sobre el total de las exportaciones en 2017**. Esto quiere decir que, entre estas dos **partidas arancelarias (01 y 06)**, respecto a los datos más recientes de 2017, se concentra el **81% del total de las exportaciones actuales de cacao y sus preparaciones en Colombia**. El siguiente cuadro ilustra mejor la participación porcentual del total de cada partida arancelaria en el año 2017 (ver detalle de las subpartidas en cuadro).

Participación de las exportaciones de Cacao en Colombia				
Datos x partida arancelaria sobre total exportaciones (2017)				
	Peso Neto (Kgm)	% Participación	Valor FOB (US\$)	% Participación
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	11,876,335.09	37%	27,325,722.60	25%
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	1,760,109.00	5%	7,325,204.00	7%
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	3,166,060.00	10%	17,198,957.32	16%
Partida 05: Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	1,012,098.31	3%	3,260,986.15	3%
Partida 06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.	14,264,014.95	44%	55,145,265.76	50%
TOTAL	32,078,617.35	100%	110,256,135.83	100%

Datos: SIEX (DIAN)

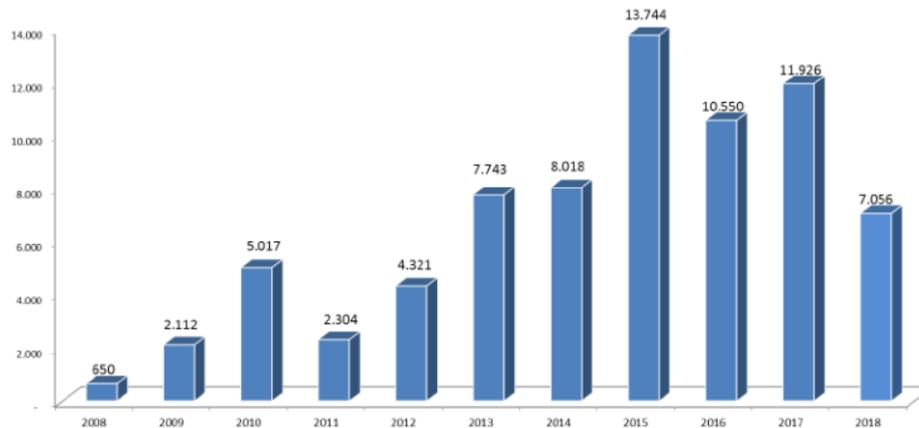
Diseño y elaboración: Javier Vaca

Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado. Presenta en 2017 una participación del **37% en peso** sobre el total de las exportaciones del capítulo del arancel, dicha participación equivale a **(11.876 toneladas)** y su participación en **valor fue del 25%** equivalente a **(FOB US\$ 27.325.722)**. En cuanto al detalle de su composición; **La subpartida 001900: Los demás cacaos crudos en grano, entero o partido**, es la que prácticamente hace el **99%** de la partida arancelaria 01, de tal manera visualizamos que el cacao en grano sigue siendo muy atractivo e importante

para las exportaciones en Colombia. Se debe aclarar que la información de exportaciones suministrada por el SIEX (Sistema estadístico de comercio exterior (DIAN), **no muestra la referencia específica del cacao en grano fino y de aroma**, por lo cual se podría decir que para garantizar las estadísticas y las negociaciones del **grano fino y de aroma**, deben hacerse por medio de expertos y directamente en las centrales de comercialización (abastecimiento, centros de acopio) o en dado caso con productores certificados.

Como complemento al análisis que se está presentando y a la importancia que representa actualmente para Colombia el **cacao natural o en grano**, se adjunta a continuación la gráfica que presenta el departamento de estadística de Fedecacao con la ilustración del histórico de las exportaciones de cacao en grano durante la última década de 2008 a 2018:

7.1.1 Exportaciones de Cacao en grano 2008 – 2018 (toneladas)



Fuente: B.D. Quintero y Hermanos, Fedecacao – Departamento de Estadística



Activar W
Ve a Configu

Se evidencia en la gráfica anterior que las **exportaciones de cacao en grano han crecido cerca del 985,6% entre de 2008 y 2018**. Sin embargo, en 2015 las exportaciones presentaron un pico de 13.744 toneladas exportadas las cuales han tenido variaciones a la baja en los últimos 3 años al punto presentar una importante caída en 2018 llegando a 7.056 toneladas que equivalió a un **decrecimiento** de aproximadamente el **-40,8%** frente al año 2017. Fedecacao no presenta un informe

detallado de las razones respecto la cifra que presenta negativa, de igual forma no se puede analizar desde el SIEX de la DIAN ya que no presenta actualización de datos a 2018, sin embargo, este dato es muy preocupante y se tendría que evaluar en que países se presentó la caída para determinar las causas de la misma en el momento que se actualice dicha información.

Continuando con el análisis general de las exportaciones de cacao y sus preparaciones, visto desde el detalle de las **partidas arancelarias y subpartidas** del año 2017, vemos que **la Partida 06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao**, presenta en 2017 una participación del **44% en peso y 50% en valor** sobre el total de exportaciones de cacao y sus preparaciones. Estos valores mantienen su tendencia de participación respecto al año 2016. Los valores que se presentan de la partida arancelaria 06 son los más altos actualmente del total de las exportaciones de cacao y sus preparaciones en Colombia, por lo cual se puede deducir que los productos fabricados de chocolate representan una oportunidad de negocio en torno a una tendencia de crecimiento respecto a los años anteriores. Para efectos de la investigación se presentará el comportamiento de las exportaciones por país de destino, con el propósito de visualizar los países más representativos en torno a identificar oportunidades de mercado por su crecimiento o tendencias de consumo. **La Subpartida 900090: Los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao**, es la más importante de la partida arancelaria 06 durante el año 2017, representó el **59,61% del total en peso** de dicha partida arancelaria que a su vez sería el **27% sobre el total del peso de las exportaciones de cacao y sus preparaciones**. Los informes revisados durante la presente investigación y las fuentes de datos indagadas, no especifican en ninguno de los casos el detalle de las referencias, marcas, empresas, empaques o tipología de chocolates, por lo cual, cuando se habla en la subpartida arancelaria de “los demás chocolates y demás preparaciones” podría hacer referencia a todos los nuevos productos chocolateros diferentes a las tradicionales barras, tabletas o bloques, incluso barras rellenas que ya se están mencionando en las otras clasificaciones de las subpartidas

arancelarias. Es decir que comenzamos a percibir una tendencia de crecimiento y por ende una oportunidad de trabajar en torno al desarrollo de nuevos productos chocolateros.

Las **partidas arancelarias 3 (Pasta de cacao, incluso desgrasada), 4 (Manteca, grasa y aceite de cacao) y 5 (Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante)**, representan alrededor del **18% en peso** del total de las exportaciones de cacao y sus preparaciones en Colombia para el año 2017. Sin embargo, cabe resaltar que las partidas 3 y 5 que son un **8%** del total de las exportaciones, también presentan por casualidad un incremento de aproximadamente el **8% en peso** durante el año 2017 respecto al año 2016, es decir que los productos como la pasta de cacao y el cacao en polvo son actualmente una opción positiva de oportunidad de mercado de acuerdo a la tendencia de crecimiento.

7.2 Análisis de las Exportaciones de cacao y sus preparaciones por país de destino

Para efecto del análisis de mercado que se está realizando, respecto a la tendencia y el comportamiento de los países de destino, con el propósito de comparar con las exportaciones de Colombia registradas por la DIAN, se va a comenzar por mencionar los países potenciales o de oportunidad identificados por **Procolombia y Mincomercio Industria y Turismo** en un estudio de mercado documentado en el año 2016; los **países** que se relacionan como **potencial para el cacao en grano son**: Unión Europea, Suiza, Estados Unidos, Turquía y Japón. Los **países** relacionados como **oportunidad para productos de chocolatería** son: Francia, Estados Unidos, Reino Unido, Arabia Saudita, Noruega, Dinamarca, Corea, Australia, Portugal, República Checa, España y Japón.

Exportaciones de cacao y sus preparaciones por país de destino años 2016 y 2017

Año	2016		2017	
	País	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)	Peso Neto (Kgm)
MEXICO	1,838,694.04	6,576,760.44	4,095,469.09	11,284,961.11
USA	4,232,583.94	20,627,952.93	4,069,818.41	19,463,832.56
ECUADOR	2,472,757.87	8,359,148.74	2,876,526.57	11,921,433.32
PAISES BAJOS (HOLANDA)	1,219,766.50	6,613,083.87	2,661,204.10	9,171,479.90
ESPAÑA	2,407,986.42	7,343,305.44	1,893,753.19	3,942,644.00
ITALIA	910,711.50	2,824,252.11	1,874,554.00	4,229,979.66
MALASYA	1,669,975.00	4,837,439.69	1,627,279.00	3,262,574.67
ARGENTINA	1,501,355.48	6,880,826.06	1,604,411.00	6,407,286.30
PERU	925,022.82	2,839,671.00	1,084,472.34	3,207,467.10
PANAMA	698,532.89	2,948,628.62	803,004.57	3,276,230.88
BELGICA	1,857,297.00	5,748,515.00	737,570.50	2,132,156.66
CANADA	1,018,488.91	3,057,932.29	564,922.43	1,521,685.26
CHILE	429,935.06	1,021,968.00	488,245.34	1,638,948.39
REINO UNIDO	304,277.38	1,359,723.07	457,746.70	1,673,663.64
TRINIDAD Y TOBAGO	414,261.80	1,956,776.18	450,857.64	2,097,563.66
ALEMANIA	1,049,166.65	6,168,920.64	289,348.57	1,323,689.55
JAPON	249,523.80	1,826,368.37	243,188.16	1,301,130.99
POLONIA	1,020.00	2,280.00	23,257.80	52,774.00
BRASIL	11,812.26	57,961.48	15,581.65	59,869.50
FRANCIA	60,000.00	430,800.00	1,860.00	51,920.44
TOTAL	23,273,169.32	91,482,313.93	25,863,071.06	88,021,291.59

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

El cuadro anterior se construye a partir de los datos que registra la DIAN en su plataforma SIEX. La información fue construida a partir de las exportaciones totales de cacao y sus preparaciones por país de destino, está compuesto por **20 países** que hacen aproximadamente el **80%** en **valor** y en **peso** en los años 2016 y 2017. El cuadro se ordenó de mayor a menor de acuerdo al volumen por peso (kgm) de exportaciones en la columna 2017. Los países con mejor tendencia en su comportamiento por volumen de peso, por encima del millón de kilogramos para el año 2017 son: **México, Estados Unidos, Ecuador, Países Bajos (Holanda), España, Italia, Malasya, Argentina y Perú**. En 2016 países como **Bélgica, Canadá y Alemania** también estuvieron por encima del millón de kilos en sus exportaciones, pero presentarían una variación a la baja para el año 2017, para lo cual, se espera evalúen las causas y debilidades para volver a recuperar los volúmenes de compra en estos países.

Con el objetivo de profundizar la investigación e identificar las oportunidades de mercado, se expone el ejemplo de los 4 países con el mayor volumen de exportaciones durante el año 2017 (México, USA, Ecuador y países bajos Holanda), con sus respectivas partidas y subpartidas arancelarias que componen el total de las exportaciones de estos países de destino. Adicional se expondrá Canadá ya que se identifica como uno de los países de mayor potencial para exportar gracias a su atractiva cifra de consumo per cápita y el ingreso del producto sin arancel. Así mismo se complementará el análisis de los otros países a partir de estadísticas específicas de **cacao natural o en grano** de los años 2010 a 2018, que ofrece **FEPCACAO (Federación Nacional de Cacaucultores – Fondo de estabilización de precios del cacao)**.

7.2.1 México

EXPORTACIONES DE COLOMBIA EN CACAO Y SUS PREPARACIONES DESTINO MEXICO 2017			
Partida	Subpartida	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	2,972,468.00	5,911,499.69
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	Subpartida 100000: pasta de cacao sin desgrasar	86,541.00	367,799.80
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	300,000.00	1,499,400.00
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	95,300.00	621,828.00
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azzcar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adiccion de azucar ni otro edulcorante.	68,274.00	130,768.00
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	34,290.00	172,645.20
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	70,984.71	330,404.00
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	41,452.33	200,114.54
TOTAL		3,669,310.04	9,234,459.23

Datos: SIEX (DIAN)
Diseño y elaboración:
Javier Vaca

El cuadro anterior muestra las partidas y subpartidas arancelarias más representativas de las exportaciones totales a **México**, los datos corresponden al 90% en peso y 82% en valor sobre el total de las exportaciones en cacao y sus preparaciones en año 2017. La **partida arancelaria** más representativa es la **01**

que corresponde al **cacao en grano**, equivale a **2.972 toneladas** es decir el **81% del peso total exportado** a México en 2017 cuyo valor fue de **US \$5.911.499,69 FOB. FEPCACAO** actualmente ofrece en su página web estadísticas de exportaciones de cacao en grano de los principales países de destino desde el año 2010, por lo cual para el caso de México se evidencian datos dentro de los 7 principales países de destino publicados solo a partir del año 2013, donde el registro de las exportaciones lo ubicaría como el primer país con más toneladas exportadas de cacao en grano (1.732 toneladas), posteriormente presentaría crecimiento en los años 2014 y 2015, pero en el año 2016 tendría una variación a la baja llegando a las 1.224 toneladas, finalmente se evidencia una importante recuperación en el año 2017 llegando a un total exportado de 4.095 toneladas como ya lo ilustramos anteriormente. Lo importante de estos datos es evidenciar que México es actualmente uno de los más importantes socios comerciales de cacao en grano para Colombia.

7.2.2 Estados Unidos

EXPORTACIONES DE COLOMBIA EN CACAO Y SUS PREPARACIONES DESTINO ESTADOS UNIDOS 2017			
Partida	Subpartida	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	52,980.00	211,795.85
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	379,875.00	1,921,981.75
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	400,000.00	2,036,300.00
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azccar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adiccion de azucar ni otro edulcorante.	199,309.12	1,181,840.00
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	670,819.00	2,911,923.14
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	1,323,571.97	6,793,821.40
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	916,380.85	3,361,785.96
TOTAL		3,942,935.94	18,419,448.10

El cuadro anterior muestra el 95% del total de las exportaciones en valor y peso a **Estados Unidos** en cacao y sus preparaciones. Estados Unidos a diferencia de México, concentra aproximadamente el **74%** de las exportaciones en la **partida**

arancelaria 06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, las exportaciones de esta partida arancelaria suman alrededor de **2.910 toneladas** que equivalen aproximadamente **US\$ 13.067.530,50**. La **subpartida arancelaria 320090: Los demás chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas**, esta subpartida presenta la cifra más alta de las exportaciones de la partida 06, es así que en **peso** corresponde al **72%** sobre el total de la sumatoria de la partida arancelaria 06. Esto quiere decir que USA, actualmente es un destino de oportunidad para productos de chocolate nuevos y de presentaciones diferentes a las tabletas de chocolate tradicional o chocolate en polvo.



ESTADOS UNIDOS		
EXPORTACIONES DE CACAO NATURAL 2010 A 2017		
AÑO	TOTAL TON.	VAR.%
2010	1,225	
2011	315	-74%
2012	386	22%
2013	799	107%
2014	5	-99%
2015	685	13604%
2016	37	-95%
2017	108	192%

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

Analizando los datos de exportaciones de **cacao natural** en grano que ofrece **FEBACAO**, vemos que **Estados Unidos** ha cambiado su tendencia con bastante volatilidad desde **2010** donde habría llegado a un techo de **1.225 toneladas**, sin embargo, al dato más actual de **2017** se llegó a **108 toneladas**. Como vemos, la compra de cacao natural por parte de USA ha presentado una variación a la baja durante los últimos años, se podría analizar con mayor detalle a partir de las empresas que dejaron de comprar a Colombia y ver si están comprando a otro país productor o si decidieron tercerizar la producción de chocolatería.

7.2.3 Ecuador

EXPORTACIONES DE COLOMBIA EN CACAO Y SUS PREPARACIONES DESTINO ECUADOR 2017			
Partida	Subpartida	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	15,000.00	46,500.00
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	Subpartida 100000: pasta de cacao sin desgrasar	3,000.00	10,650.00
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	0.00	0.00
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	0.00	0.00
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azzcar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adiccion de azucar ni otro edulcorante.	0.00	0.00
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	358,838.00	1,189,037.45
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	785,522.49	4,420,052.00
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	1,361,982.82	4,906,769.16
TOTAL		2,524,343.31	10,573,008.61

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

El cuadro anterior corresponde prácticamente al **90%** del total de las exportaciones en peso y valor que se enviaron a Ecuador en 2017 de cacao y sus preparaciones. Ecuador al igual que USA, concentró el mayor porcentaje de las exportaciones por la **partida arancelaria 06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao**, siendo el **99%** del total enviado en **2017** equivalentes a **2.500 toneladas** y por un **valor de US\$10.515.858,61**. Se deduce también, que los

productos de chocolatería diferentes a la tradicional de tableta e incluso en polvo, son el fuerte actual de las exportaciones con destino a Ecuador a pesar de ser uno de los mayores productores de cacao natural en grano del continente.

7.2.4 Países Bajos - Holanda

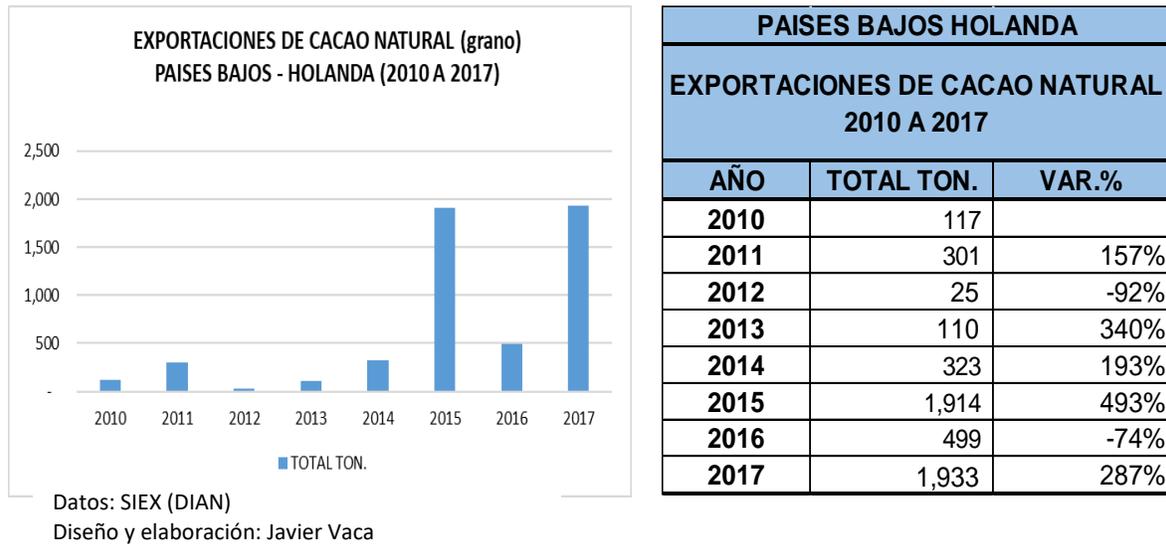
EXPORTACIONES DE COLOMBIA EN CACAO Y SUS PREPARACIONES DESTINO PAISES BAJOS (HOLANDA) 2017			
Partida	Subpartida	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	1,933,488.00	5,558,265.27
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	Subpartida 100000: pasta de cacao sin desgrasar	0.00	0.00
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	720,000.00	3,558,496.00
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	0.00	0.00
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azzcar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adicisn de azzcar ni otro edulcorante.	0.00	0.00
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	0.00	0.00
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	88.00	2,798.00
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	1,628.10	22,880.63
TOTAL		2,655,204.10	9,142,439.90

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

Las exportaciones hacia Países Bajos (Holanda) durante 2017 de cacao y sus preparaciones se concentran principalmente en la **Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado**, la cual corresponde al **73%** del total de las exportaciones. El **27%** restante de las exportaciones corresponden a manteca de

cacao. El departamento de estadísticas de FEBACAO permite visualizar en sus datos la tendencia creciente de las exportaciones de cacao natural o en grano desde el año 2010, y cabe mencionar que desde el año 2014 Holanda viene siendo parte de los 7 países con mayor número de exportaciones de cacao natural o en grano desde Colombia. Ver gráficos:



7.2.5 Canadá

Canadá se ha venido estableciendo como un potencial y atractivo destino de exportación de cacao y sus preparaciones para Colombia, a pesar de no estar actualmente dentro de los 10 principales países con mayor volumen de exportación desde Colombia. El potencial se da principalmente por 5 razones expuestas en un documento de investigación realizado por el Mincomercio Industria y Turismo junto con Procolombia en año 2016, estas razones son:

1. Incremento de consumo per cápita en chocolatería cuyo registro de 2016 dado por Euromonitor fue de US\$ 65,9.
2. Las ventas minoristas de productos de chocolate y snacks saludables registraron crecimiento de venta en volúmenes y en valor.
3. El cacao en grano tiene demanda actual en chocolatería, producción de coberturas de cacao líquido y en polvo para la preparación de bebidas calientes y frías.

4. Debido a las características reconocidas internacionalmente del cacao colombiano como fino y de aroma, es una razón por la que se proyecta que en este mercado podrían llegar a pagar entre US\$50 y US\$100 por encima del precio regular, según Fedecacao.
5. Actualmente Colombia puede venderle a Canadá sin pagar arancel y esto es un punto favor que permite proyectar crecer en ventas ya que actualmente se identifican dentro del top 5 de los proveedores a Canadá a Perú y Ecuador a pesar que les estén aplicando un impuesto adicional dependiendo la ciudad de destino.

Ahora vemos el comportamiento de las exportaciones a partir de la clasificación registrada en partidas y subpartidas arancelarias desde Colombia de acuerdo a los datos del SIEX (DIAN). Ver cuadro siguiente:

EXPORTACIONES DE COLOMBIA EN CACAO Y SUS PREPARACIONES DESTINO CANADA 2017			
Partida	Subpartida	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
Partida 01: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	Subpartida 001900: los demas cacaos crudos en grano, entero o partido	401,175.72	843,287.00
Partida 03: Pasta de cacao, incluso desgrasada	Subpartida 100000: pasta de cacao sin desgrasar	300.00	1,766.71
Partida 04: Manteca, grasa y aceite de cacao.	Subpartida 001100: manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico inferior o igual a 1%	0.00	0.00
	Subpartida 001200: manteca grasa y aceite de cacao manteca de cacao con un indice de acidez expresado en acido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 165%	350.00	2,980.81
Partida 05: Cacao en polvo sin adicisn de azzcar ni otro edulcorante	Subpartida 000000: cacao en polvo sin adiccion de azucar ni otro edulcorante.	500.00	1,606.67
Partida 06: Chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	Subpartida 209000: chocolate y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao las demas preparaciones en bloques tabletas o barras con peso superior a 2 kg o en forma liquida pastosa o en polvo granulos o formas similares en recipientes o envases inmediatos con un	94,270.29	424,432.87
	Subpartida 320090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, en tabletas	39,427.27	136,223.57
	Subpartida 900090: los demas chocolates y demas preparaciones alimenticias que contengan cacao.	23,200.16	64,558.49
TOTAL		559,223.44	1,474,856.12

Datos: SIEX (DIAN)

Diseño y elaboración: Javier Vaca

Canadá ocupó el puesto 12 de los 20 países más representativos identificados sobre el total de las exportaciones en **cacao y sus preparaciones** durante año 2017. Las exportaciones en términos generales ascendieron a US\$ **1.521.685,26 FOB**, valor que representa el 1,3% del total de las exportaciones realizadas desde Colombia, así mismo en 2017 el peso aproximado de exportaciones fue de **565 toneladas** que equivale al 1,7% del volumen total de las exportaciones.

El **72%** del volumen total de las **exportaciones** en cacao y sus preparaciones que se llevaron a cabo en 2017 hacia **Canadá** se ven reflejadas en la **Partida 01 y subpartida 001900: Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado**, estas equivalieron a US\$843.287 FOB y correspondieron a 401 toneladas. El **28%** restante correspondieron a productos de chocolatería cargadas dentro de la **Partida 06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao**, estas fueron valorizadas en US\$625.215 FOB y correspondieron a 157 toneladas. Respecto a las cifras dadas durante el año 2017 podemos deducir que el fuerte de las exportaciones actuales hacia Canadá se está dando en cacao en grano o natural.

Tendencia del Mercado Canadiense

En 2016 bajo investigación para un estudio de mercado realizado por Mincomercio Industria y Turismo junto con Procolombia respecto al mercado canadiense, se pudo establecer que dicho destino demandaba en su momento **chocolates negros, orgánicos y veganos**. En anteriores análisis del consumo de los hogares canadienses, se había detectado que el **chocolate de leche era el preferido**. No obstante, **el oscuro se ha venido imponiendo por sus ventajas nutritivas:** contiene menos azúcar y se encuentra en el grupo de súper alimentos.

Dentro de lo ya explorado en el mercado canadiense, está establecido *que es común encontrar chocolate crudo o 'raw' en las principales tiendas naturales del país, como Noah's y Whole Foods, en presentaciones de cacao en polvo y sin azúcar, para preparaciones de panadería o bebidas calientes.*

El **mercado vegano** es una tendencia de mercado establecido dentro del segmento saludable y de nicho creciente, pero aún con una participación pequeña del mercado. **El chocolate identificado para el segmento saludable se vende en**

barras hechas con ingredientes diferentes a la leche, como mantequilla de cacao; y en presentaciones de pudín generalmente elaboradas con leche de almendras y/o cacao.

Por su parte el **segmento de productos orgánicos** está jalando la venta del cacao en grano, cacao en polvo y mantequilla.

Dentro del mercado del consumidor final de chocolate en Canadá, se ha detectado un porcentaje que demanda **chocolates negros y de leche que combinen texturas y sabores con nueces y fruta con contenidos de caramelo, galleta, nougat, crema, entre otros.** Los **chocolates con contenidos de cafeína**, pero manteniendo el sabor del chocolate, **que dan energía** como una taza de café, también son tendencia. Un ejemplo de esto es la **marca** canadiense **Awake Chocolate**, que tiene empaques de 10 chocolates y **barras energizantes.**

Oportunidad de mercado para Colombia en Canadá, en torno a Productos sostenibles.

La tendencia del consumidor informado está generando conciencia y exigencia por la compra de chocolatería con certificación de Comercio Justo y por ende se está demandando más cacao cultivado de manera responsable. El proyecto de la Corporación Biocomercio Sostenible precisamente se está enfocando a la siembra y cosecha responsable y amigable con el medio ambiente, por lo tanto, esta es una oportunidad para buscar el crecimiento productivo y comercial de Colombia. Cabe mencionar que el cultivo responsable ha obligado a las productoras de chocolatería a comprar cacao certificado, y que además la producción no tenga mano de obra infantil. Las principales **certificaciones requeridas por el mercado internacional para el cacao son: Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ y Orgánico.**

Principales centros de consumo para producción en Canadá

Los principales **centros de consumo** del producto son **Ontario y Quebec.** Sin embargo, **Purdy's**, el productor más grande de chocolate en el país, está en **Vancouver.**

Los **procesadores** (Industria) están demandando cacao en grano para producir mantequilla y harina de cacao. Algunas **procesadoras** identificadas por sus compras son: **Barry Callebaut Canada, Bruamas Artisan Chocolate Confection, Cavalier Candies y Daniel Le Chocolat Belge.**

Por otra parte, los consumidores finales son clasificados en: Consumidores de chocolate Premium, y consumidores que comen chocolate como snack y/o fuente de energía.

Canales de distribución y términos de negociación

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN CANADA	
Importador	Puede ser el procesador y transformador del producto. Desde los gobiernos locales hasta las organizaciones internacionales de certificación y fabricantes multinacionales tiene un rol importante dentro de la cadena de suministro del cacao.
Procesador	Cuentan con políticas de comercio justo, por lo tanto buscan proveedores que cuenten con este tipo de certificación.
Distribuidor	Almacenes como Costco mantienen su papel en la distribución de los artículos de chocolate y productos de confitería, debido a su mayor presencia en Canadá, y a su destacado crecimiento frente al panorama minorista del país norteamericano. Costco sigue con su estrategia de incorporación de más marcas internacionales con el objetivo de suplir la demanda interna multicultural. Continúa con el punto de precio, especialmente para productos de confitería de chocolate de alta calidad.

TERMINOS DE NEGOCIACIÓN	
Mayoristas	40% Margen sobre el precio
Minoristas	30% al 40% Margen sobre el precio
Importadores	10% o para cargas problemáticas comisiones 12,5% a 18,5% dependiendo la negociación del proveedor y el importador
Exportador	Se le puede pedir que reconozca reembolsos como resultado de mala calidad, daños antes de o durante el embarque o por demora en la entrega. Para volúmenes mayores, los exportadores pueden establecer condiciones especiales que les permitan trasladar costos de almacenaje o inventario a los minoristas.
La calidad y el abastecimiento	Deben ser consistentes y confiables, y el producto debe ofrecer viabilidad comercial leal para el comprador canadiense

7.2.6 Censos de mercado con objetivo de prospectar clientes para la venta de chocolates especializados en Canadá

Para complementar el estudio de mercado con enfoque a identificar mercados potenciales de exportación de productos de chocolatería hacia Canadá, a continuación se expondrán 4 censos realizados por medio de encuesta directa. Se adjuntan formatos de mercado diligenciados.

1. Essence of Life (Jeff)

INSTRUMENTO SONDEO DE MERCADO - SMR						
I. DATOS DEL COMPRADOR						
Nombre completo:	Essence of Life (Jeff)					
Dirección:	50 Kensington Ave (M5V1K3)					
Departamento:	Ontario		Municipio:	Toronto		
Teléfonos:	1 416-506-0345		Email:	jeff@essenceoflifeorganics.com		
Tipo de comprador:						
Mayorista	Intermediario	Gran superficie	Supermercado	Restaurante	Tienda especializada	Institución

Otro. Mercado de alimentos naturales					
Misión de la empresa o negocio:					
Essence of Life fue establecido en 1998, con el objetivo de introducir comida saludable y orgánica a la comunidad de Kensington. Desde entonces han sido pioneros en la industria de comida natural proveyendo accesibilidad y buenos precios a alimentos orgánicos para toda su comunidad.					
Interés en diversificar el portafolio de productos:		Si	No	Tal vez	
Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes:		Si	No	Tal vez	
Interés en productos con atributos de conservación ambiental:		Si	No	Tal vez	
II. DATOS DE PRODUCTO Y REQUISITOS DE COMPRA					
Actualmente compra productos similares:		Si	No		
¿Cuáles son los productos que compra actualmente?		Chocolates finos de aroma con sello orgánico			
Unidad de medida solicitada del producto:					
Libra	Media	Cuarto	Al por mayor		
Otro. No se definió una unidad de medida.					
Tipo de presentación solicitada del producto:					
Caja	Saco	Bulto	Bandeja	Frasco	
Otro.					
Calidad del producto:					
Variedad	Color	Tamaño	Origen		
Otro. Necesariamente el producto tiene que tener el sello orgánico					
Época de mayor demanda:		Todo el año			
Requisitos legales para comercializar: Canadá tiene Tratado de Libre Comercio, así que sólo se requiere el INVIMA de Colombia					
Registro Sanitario/Invima	Código de barras	Cámara de comercio	Rut	Facturas	Cuenta de cobro

Empaque	Sellos	Otro ¿Cuál?		
Formas de pago:				
Contado	Crédito. ¿Cuántos días?	Otro.		
Precio de compra				
Máximo		Mínimo		
Características diferenciadoras para la decisión de compra:				
Calidad	Variedad	Tamaño	Valor agregado	Aporte ambiental
Otro ¿Cuál? El producto debe ser certificado orgánico				
Volumen para realizar una compra del producto:				
Mínimo		Máximo		
Frecuencia requerida para la entrega del producto				
Diario	Semanal	Quincenal	Mensual	
Otro.				
Forma de entrega				
Sitio de producción	Sitio del comprador		Intermediario	
Otro ¿Cuál?				
Observaciones:				
Como muchas de las tiendas de productos saludables que visitamos en Toronto, el sello orgánico es fundamental para que les interese comprar el producto.				

2. Fresh and Wild Food Market (Peter Papadopoulos)

INSTRUMENTO SONDEO DE MERCADO - SMR				
I. DATOS DEL COMPRADOR				
Nombre completo:	Fresh and Wild Food Market (Peter Papadopoulos)			
Dirección:	438 King St W (M5V1K3)			
Departamento:	Ontario	Municipio:	Toronto	
Teléfonos:	1 416-433-4808	Email:	peter@freshandwild.ca	
Tipo de comprador:				

Mayorista	Intermediario	Gran superficie	Supermercado	Restaurante	Tienda especializada	Institución
Otro.						
Misión de la empresa o negocio:						
Pequeños supermercados de barrio que venden productos frescos Premium, en especial productos básicos para el hogar (grocery items) y productos de temporada. “Over the years we’ve continuously strayed true to our mission to bring you the best produce and fine foods from around the globe and respond to our customers’ needs by constantly evolving our offering to create a fabulous and fun shopping experience”						
Interés en diversificar el portafolio de productos:				Si	No	Tal vez
Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes:				Si	No	Tal vez
Interés en productos con atributos de conservación ambiental:				Si	No	Tal vez
II. DATOS DE PRODUCTO Y REQUISITOS DE COMPRA						
Actualmente compra productos similares:			Si	No		
¿Cuáles son los productos que compra actualmente?			Chocolates finos de aroma			
Unidad de medida solicitada del producto:						
Libra	Media	Cuarto	Al por mayor			
Otro. No se definió una unidad de medida. Está interesado principalmente en el helado de Asaí y no tanto en los productos de cacao.						
Tipo de presentación solicitada del producto:						
Caja	Saco	Bulto	Bandeja	Frasco		
Otro. Les interesa el vaso de helado que viene en formato pequeño.						
Calidad del producto:						
Variedad	Color	Tamaño	Origen			
Otro. Producto premium						
Época de mayor demanda:		Todo el año				

Requisitos legales para comercializar: Canadá tiene Tratado de Libre Comercio, así que sólo se requiere el INVIMA de Colombia					
Registro Sanitario/Invima	Código de barras	Cámara de comercio	Rut	Facturas	Cuenta de cobro
Empaque	Sellos	Otro ¿Cuál?			
Formas de pago:					
Contado	Crédito. ¿Cuántos días?	Otro. No se ha definido aún			
Precio de compra					
Máximo	No se ha definido aún		Mínimo	No se ha definido aún	
Características diferenciadoras para la decisión de compra:					
Calidad	Variedad	Tamaño	Valor agregado	Aporte ambiental	
Otro ¿Cuál?					
Volumen para realizar una compra del producto:					
Mínimo	No se ha definido aun		Máximo	No se ha definido aun	
Frecuencia requerida para la entrega del producto					
Diario	Semanal	Quincenal	Mensual		
Otro. No se ha definido aún					
Forma de entrega					
Sitio de producción		Sitio del comprador	Intermediario		
Otro ¿Cuál?					
Observaciones:					
Sólo le interesó el helado en vasito de asaí de Corpocampo.					

3. Little Green Planet (Shawn Choi)

INSTRUMENTO SONDEO DE MERCADO - SMR	
I. DATOS DEL COMPRADOR	
Nombre completo:	Little Green Planet (Shawn Choi)
Dirección:	28 St Andrew Street (M5T1K6)

Departamento:	Ontario		Municipio:	Toronto		
Teléfonos:	1 416-551-3685		Email:			
Tipo de comprador:						
Mayorista	Intermediario	Gran superficie	Supermercado	Restaurante	Tienda especializada	Institución
Otro.						
Misión de la empresa o negocio:						
<p>Estamos dedicados a llevarle a tu familia productos de calidad, a precios justos, naturales y orgánicos. Tenemos productos orgánicos, libres de modificaciones genéticas, opciones veganas, vegetarianas, kosher y sin gluten. Escogemos con cuidado los suplementos de vendemos y seleccionamos aquellos de marcas reconocidas con alta reputación, asegurando que cada compra que hagas sea de un producto puro, de alta calidad y efectivo para cumplir con tus necesidades.</p> <p>Estamos comprometidos con vender a precios justos productos que ayuden con el estado de salud y bienestar de nuestros clientes.</p>						
Interés en diversificar el portafolio de productos:				Si	No	Tal vez
Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes:				Si	No	Tal vez
Interés en productos con atributos de conservación ambiental:				Si	No	Tal vez
II. DATOS DE PRODUCTO Y REQUISITOS DE COMPRA						
Actualmente compra productos similares:			Si	No		
¿Cuáles son los productos que compra actualmente?				Chocolates finos de aroma con sello orgánico, cereales y mueslis, caco en polvo 100%		
Unidad de medida solicitada del producto:						
Libra	Media	Cuarto	Al por mayor			
Otro. No se definió una unidad de medida.						
Tipo de presentación solicitada del producto:						
Caja	Saco	Bulto	Bandeja		Frasco	
Otro.						

Calidad del producto:					
Variedad	Color	Tamaño	Origen		
Otro. Productos de alta calidad					
Época de mayor demanda:		Todo el año			
Requisitos legales para comercializar: Canadá tiene Tratado de Libre Comercio, así que sólo se requiere el INVIMA de Colombia					
Registro Sanitario/Invima	Código de barras	Cámara de comercio	Rut	Facturas	Cuenta de cobro
Empaque	Sellos	Otro ¿Cuál?			
Formas de pago:					
Contado	Crédito. ¿Cuántos días?	Otro. No se definió			
Precio de compra					
Máximo	No se definió		Mínimo	No se definió	
Características diferenciadoras para la decisión de compra:					
Calidad	Variedad	Tamaño	Valor agregado	Aporte ambiental	
Otro ¿Cuál?					
Volumen para realizar una compra del producto:					
Mínimo	No se definió		Máximo	No se definió	
Frecuencia requerida para la entrega del producto					
Diario	Semanal	Quincenal	Mensual		
Otro. No se definió					
Forma de entrega					
Sitio de producción	Sitio del comprador		Intermediario		
Otro ¿Cuál?					
Observaciones:					
Interesado en los productos, pero queda a la espera de la lista de precios y necesariamente requiere que le llegue el producto a su tienda, así que se va a requerir un intermediario.					

4. Noah's Natural Foods

INSTRUMENTO SONDEO DE MERCADO - SMR						
I. DATOS DEL COMPRADOR						
Nombre completo:		Noah's Natural Foods				
Dirección:		430 King St W (M5V1K3)				
Departamento:		Ontario		Municipio:		Toronto
Teléfonos:		1 416-260-8900		Email:		orders@noahsnatural.com
Tipo de comprador:						
Mayorista	Intermediario	Gran superficie	Supermercado	Restaurante	Tienda especializada	Institución
Otro. ¿Cuál?						
Misión de la empresa o negocio:						
Tienda de alimentos saludables de propiedad canadiense que lleva más de 38 años proveyendo productos adecuados y un servicio de confianza a sus clientes. Buscan llevar suplementos de alta calidad, alimentos y productos cosméticos, buscando trabajar con proveedores locales y aquellos que estén comprometidos con el comercio justo en países en desarrollo.						
Interés en diversificar el portafolio de productos:				Si	No	Tal vez
Interés en productos amigables con el medio ambiente. Negocios verdes:				Si	No	Tal vez
Interés en productos con atributos de conservación ambiental:				Si	No	Tal vez
II. DATOS DE PRODUCTO Y REQUISITOS DE COMPRA						
Actualmente compra productos similares:			Si		No	
¿Cuáles son los productos que compra actualmente?				Chocolates finos de aroma con sello orgánico de Ecuador, México y países Africanos, pero no tienen la línea de cacao nutracéutico		
Unidad de medida solicitada del producto:						
Libra	Media	Cuarto	Al por mayor			

Otro. No se definió una unidad de medida. Está pendiente enviarle el listado de precios y con base en eso ellos definirá cómo se inicia la relación comercial					
Tipo de presentación solicitada del producto:					
Caja	Saco	Bulto	Bandeja	Frasco	
Otro. Ellos quieren los productos empacados entre 50 y 250 gramos.					
Calidad del producto:					
Variedad	Color	Tamaño	Origen		
Otro. Prefieren productos certificados orgánicos, pero pueden empezar por productos sin certificar pero de familias de El Doncello					
Época de mayor demanda:		Invierno			
Requisitos legales para comercializar: Canadá tiene Tratado de Libre Comercio, así que sólo se requiere el INVIMA de Colombia					
Registro Sanitario/Invima	Código de barras	Cámara de comercio	Rut	Facturas	Cuenta de cobro
Empaque	Sellos	Otro ¿Cuál?			
Formas de pago:					
Contado	Crédito. ¿Cuántos días?	Otro No se ha definido aún			
Precio de compra					
Máximo	No se ha definido aún		Mínimo	No se ha definido aún	
Características diferenciadoras para la decisión de compra:					
Calidad	Variedad	Tamaño	Valor agregado	Aporte ambiental	
Otro ¿Cuál?					
Volumen para realizar una compra del producto:					
Mínimo	No se ha definido aun		Máximo	No se ha definido aun	
Frecuencia requerida para la entrega del producto					
Diario	Semanal	Quincenal	Mensual		
Otro No se ha definido aún					
Forma de entrega					

Sitio de producción	Sitio del comprador	Intermediario
Otro ¿Cuál?		
Observaciones:		
Ninguna		

7.2.7 Conclusiones al análisis de sondeos de mercado (Ontario Canadá)

- 1- El tipo de comprador identificado como canal de distribución es la tienda especializada y en dado caso las tiendas de productos saludables o naturistas.
- 2- El canal de distribución más adecuado corresponde a tiendas especializadas ya que es donde se ofrecen a la venta los chocolates de sabor y aroma, especializados con sello orgánico.
- 3- Predomina un evidente interés por la diversificación de portafolio, por lo cual se reafirma el potencial de mercado que es Canadá (Ontario – Toronto). También se reafirma un interés por los productos amigables con el medio ambiente como tendencia por el cuidado a la naturaleza.
- 4- Se evidencia un mercado amplio, de tendencia a lo orgánico y saludable de acuerdo a los productos que compran en los establecimientos indagados. Lo cual hace los establecimientos indagados como potenciales claves de compra en chocolatería de enfoque saludable y orgánico.
- 5- No se define una unidad de medida, específica exigida para envío por parte der los posibles compradores, sin embargo, para la presentación se prefiere sea en caja o en frasco de vidrio.
- 6- La calidad exigida del producto es fundamental al ser productos de tipo exportación.
- 7- Una ventaja del chocolate en Canadá, teniendo en cuenta todas sus presentaciones, es que no se identifica una época especifica durante el año que concentre la venta en un mayor porcentaje. Por lo menos a partir de la observación dada por las empresas encuestadas.
- 8- La documentación requerida de producto y empresa es fundamental para los registros necesarios que se deben cumplir por ley.

- 9- Las formas de pago no se especifican inicialmente, se ajustan de acuerdo a negociación.
- 10- El precio no se determina inicialmente ya que depende de las variables que surjan en torno a tipo de producto.
- 11- Calidad, valor agregado y aporte ambiental son las características diferenciadoras de compra que se tienen en cuenta a la hora de negociar.
- 12- No se define en ninguno de los casos volúmenes de compra, ni frecuencias de compra.
- 13- La entrega debe ser en el sitio del comprador o con el intermediario.

7.3 Pasos recomendados para exportar el cacao a Canadá

Para efecto de resumir los pasos más importantes a tener en cuenta para exportar cacao y sus derivados hacia Canadá, se exponen los pasos presentados en documento de Procolombia y Mincomercio industria y turismo (Cacao un mercado potencial en el mercado canadiense).

1) Realizar registro como exportador

ProColombia lo orienta en la evaluación del potencial exportador de su empresa y en la definición del plan de internacionalización.

Registre su empresa como exportadora en el Registro Único Tributario (RUT).

Tenga en cuenta que para exportar necesitará: visto bueno del ICA, certificado de origen (si aplica), mandato para el agente aduanero, carta de responsabilidad para policía antinarcóticos, factura comercial, lista de empaque y el documento de transporte (guía aérea, BL- bill of lading- o carta porte).

2) Evalué su potencial exportador

Capacidad de producción estable y continua.

Calidad requerida por el mercado.

Factores diferenciadores – valor agregado.

Precios competitivos.

Capacidad de adaptabilidad al **mercado**.

3) Definir donde Exportar

Seleccionar la ciudad canadiense de destino.

4) Identifique las ventajas arancelarias

El Acuerdo Comercial entró en vigencia en agosto de 2011.

El cacao está cubierto bajo la categoría de desgravación A, es decir que no paga aranceles por su importación en Canadá.

5) Conozca las tendencias del mercado

Como se presentó en la investigación, la tendencia por consumir alimentos saludables y bajos en azúcar crece cada día más en Canadá, con lo cual se estima un aumento en el consumo de chocolates orgánicos.

Los consumidores tienen consciencia sobre la compra de chocolatería con certificación de Comercio Justo. Esto ha obligado a las productoras a comprar cacao éticamente certificado y sin mano de obra infantil.

6) Revisar las regulaciones

Ley y Regulaciones de Alimentos y Drogas.

Ley y Regulaciones de Empaque y Etiquetado para los Consumidores.

7) Identificar la conectividad logística

Logística de frecuencias y tiempos de tránsito desde los puertos de Colombia.

Para tal caso se debe tener claro el origen, destino, tiempo de tránsito (días de trayecto), tiempos de tránsito (días de conexiones).

8) Seleccione el canal de distribución

Tiendas especializadas y supermercados independientes por medio de distribuidores y mayoristas.

Algunos de los grandes minoristas compran directamente a los productores para eliminar el costo de compra.

9) Conocer los requerimientos del comprador

Buena relación calidad/precio.

Los márgenes de los importadores son generalmente del 10%.

La calidad y el abastecimiento deben ser consistentes y confiables.

El producto debe ofrecer viabilidad comercial real para el comprador canadiense.

10) Adecuar el producto - Grano

La selección de los granos debe ser minuciosa, al igual que su limpieza. Después del secado se deben eliminar todos los cuerpos extraños, granos quebrados, pizarrosos, mohosos y el polvo, dejando los mejores granos.

El grano de alta calidad debe ser entero y pesar 1 gramo, además de estar libre de olores anormales, insectos, pesticidas y partes de cáscaras.

Para la elaboración de chocolate, el proceso de fermentación y tostado del cacao es esencial para darle el sabor característico a este producto.

Las cosechas deben tener control de plagas, estar preferiblemente cultivados bajo sombra para potenciar la calidad y la fermentación debe ser monitoreada regularmente. Estos factores son determinantes para conseguir la calidad, el sabor y el aroma del chocolate.

11) Recomendaciones para ingresar al mercado

Asista a ferias internacionales relacionadas con el sector.

Programe agendas comerciales donde pueda conocer de cerca a sus potenciales clientes.

Realice envío de muestras.

Haga constante seguimiento a sus clientes y busque retroalimentación.

Visite los diferentes canales de distribución.

12) Servicio post venta

El seguimiento es importante para hacer negocios con una empresa canadiense.

Visitar el mercado ayuda a fortalecer la relación con el comprador.

Eficacia en el desarrollo y envío de muestras.

cuadro que refleja la volatilidad del precio nacional del cacao mes a mes y por periodo de fechas durante el año 2019:

Conclusiones generales de la investigación

1. En el año 2018 se llegó un total de **176.050 hectáreas** de siembra a nivel nacional.
2. Los departamentos de mayor producción a 2018 en Colombia eran Santander, Arauca, Antioquia y Huila.
3. **Caquetá** contó en 2018 con **1.400 hectáreas** de siembra que equivalieron al **0,8%** del total del área de siembra a nivel nacional, y cuya extensión generó una **producción de 114 toneladas** respecto a los registros de 2018.
4. El año **2018** cerró con una **producción nacional** de cacao de **56.867 toneladas**
5. **Caquetá** tiene una capacidad de producción muy baja vs la capacidad de producción nacional. Caquetá **produjo en el año 2018** un total aproximado de **114 toneladas** equivalente al **0,2%** de participación sobre el total de la producción nacional. Esto quiere decir que Caquetá generó una **capacidad de producción** aproximada de **81,4 kilos por hectárea** (Producción / Siembra = Capacidad de producción) (Producción 2018 = 114.000 kg / Siembra 2018 1.400 ha = **81,4 kilos x hectárea**). La capacidad de producción promedio nacional fue de 56.867.000 kilos / 176.050 ha = **323 kilos x hectárea**.
6. El precio del cacao es un commodity que se transa en la bolsa del mercado internacional y por lo tanto es muy fluctuante como lo vimos durante el análisis dentro de la investigación. Al cierre de diciembre del año 2019 Fedecacao reportó un precio de \$7.869 x kilo frente los \$6.124 registrados a finales de enero de 2019, lo que significó un crecimiento del 28,5% durante el año corrido.

7. De acuerdo al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - MADR, la Compañía Nacional de Chocolates y Casa Luker absorben el **90%** de la producción nacional de cacao en grano.
8. De acuerdo a los datos de mix de mercado de 2018, en consumo de grano de cacao destinado para la producción nacional, se ve que el 6% se reparte entre Chocolate Gironés, Colombina como en 18 pequeños y medianos productores. Quiere decir que en 2018 **3.412 toneladas de cacao serían la producción disponible de cacao en grano** para el segmento de pequeños y medianos productores en Colombia.
9. Se detecta que una de las estrategias de crecimiento en la venta de la producción nacional de cacao y sus preparaciones, es **crecer en las exportaciones tanto de grano de cacao fino y de aroma como en las exportaciones de chocolatería con valor agregado** (tendencia a lo saludable, orgánico, experiencial) enfocando un mayor esfuerzo en llegar a los mercados que valoran y pagan por este tipo de productos.
10. Los principales **consumidores per cápita de chocolate en el mundo son Islandia con 6,62 Kg, Bélgica con 5,80 Kg y Suiza 5,46 Kg** de acuerdo al boletín de estadísticas año cacaotero 2017-2018 de la Organización Internacional del Cacao (ICCO).
11. La tendencia de consumo y los hábitos del mismo están cambiando a nivel nacional y mundial. El crecimiento se dando en los **productos bajo concepto sostenible, productos orgánicos, productos con menos contenido en azúcar y sin saborizantes ni conservantes, productos bajos en grasa, productos veganos, productos para pastelería, repostería y restaurantes.**
12. Conclusiones generales del sondeo local rápido de mercado. **Dirigirse a las páginas 38,39 y 40 par ver el detalle.**
13. El total de las exportaciones de cacao y sus preparaciones fueron por un total de 32.447 toneladas que equivalieron a cerca de más de US\$ 112 millones CIF. En el comparativo de 2016 vs 2017 se da una variación de **crecimiento del 10%** en el **peso neto**, pero también se presentó una **variación negativa del -18%** en el valor **FOB (US\$)**.

- 14.** Las exportaciones en 2017 de la **partida arancelaria 01 (Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado)** fueron de aproximadamente el **37% del peso y por un valor de 11.876 toneladas** sobre el total de las exportaciones en 2017 de cacao y sus preparaciones. La **partida arancelaria 06 (Chocolate y las demás preparaciones alimenticias que contengan cacao)** hicieron **aproximadamente el 44% del peso** por un valor de **14.264 toneladas** sobre el total de las exportaciones en 2017.
- 15.** Después de llegar a las 13.744 toneladas exportadas en el año 2015, se han presentado variaciones a la baja en los últimos 3 años al punto presentar una importante caída en 2018 llegando a 7.056 toneladas que equivale a un **decrecimiento** de aproximado del **-40,8%** frente al año 2017.
- 16.** Comparando la capacidad productiva de cacao en grano de Colombia en el año 2017, la cual fue de 60.535 toneladas (dato de Fedecacao) vs las exportaciones registradas por un total de 11.876 toneladas (dato del 2017 SIEX - DIAN), quiere decir que cerca del 20% de la producción nacional se destinó durante el año 2017 a exportaciones. Se había visto que el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural en un documento del año 2016, mencionaba que el 4% de la producción nacional se destinaba a exportaciones, por lo cual se genera una diferencia bastante pronunciada respecto al dato que arroja nuestro análisis. Independiente de la diferencia de datos, es evidente la tendencia de crecimiento a las exportaciones y que aún se presentan grandes oportunidades para seguir avanzando y apostándole en aumentar la productividad de cacao en grano de Colombia para poder crecer en la oferta y atender la demanda.
- 17.** Los países con mejor tendencia en su comportamiento de las exportaciones por volumen de peso y con valores por encima del millón de kilogramos para el año 2017 son:

Año	2016		2017		
	País	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)	Peso Neto (Kgm)	Valor FOB (US\$)
MEXICO		1,838,694.04	6,576,760.44	4,095,469.09	11,284,961.11
USA		4,232,583.94	20,627,952.93	4,069,818.41	19,463,832.56
ECUADOR		2,472,757.87	8,359,148.74	2,876,526.57	11,921,433.32
PAISES BAJOS (HOLANDA)		1,219,766.50	6,613,083.87	2,661,204.10	9,171,479.90
ESPAÑA		2,407,986.42	7,343,305.44	1,893,753.19	3,942,644.00
ITALIA		910,711.50	2,824,252.11	1,874,554.00	4,229,979.66
MALASYA		1,669,975.00	4,837,439.69	1,627,279.00	3,262,574.67