



ASISTENCIA TÉCNICA AL PROGRAMA
“ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LA MEJORA DE LAS HABILIDADES LABORALES Y EL
FOMENTO EMPRESARIAL EN HONDURAS” (EURO EMPLEO)
LA/2019/412-746

ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DEL CACAO HONDUREÑO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

MCP20: Fortalecimiento para la sostenibilidad de cadenas de valor generadoras de autoempleos y empleos de calidad en Honduras, y vinculaciones a través de los Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) y otros mecanismos de SENPRENDE para facilitar a los productores el acceso a los mercados

Diciembre de 2021

Marcelo GUTIERREZ SEIJAS

Asistencia Técnica implementada por:

IDOM  **involas**



Este documento fue realizado con la contribución de la Unión Europea. Su contenido es exclusiva responsabilidad de sus autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la Unión Europea.



Introducción

El mercado de cacao de especialidad está creciendo en Europa, como se destaca a medida que los clientes buscan productos de chocolate de mayor calidad, también están cada vez más interesados en sus orígenes. Se espera que esta tendencia continúe creciendo a largo plazo, ya que los consumidores europeos buscan cada vez más productos premium, prestando atención al origen del producto de chocolate, las características agroclimáticas de las áreas de producción y la historia de los productores y sus comunidades

El cacao hondureño ha destacado en todo el mundo por ser uno de los mejores siendo reconocido como tal en diversas ediciones del cacao de excelencia; así como también en múltiples ocasiones las barras de chocolate del origen Honduras han sido reconocidas en el Chocolate Award y en concursos como el Academy de Londres. Asimismo en los últimos años, la producción y distribución de cacao artesanal ha incrementado.

Honduras tiene un potencial en el mercado internacional del cacao fino, ya que sus sistemas de producción están combinando árboles maderables y frutales sumando a sus cualidades en el aroma y sabor del grano.

Actualmente el cultivo de cacao está tomando una dinámica interesante en Honduras por la alta demanda del mercado para este producto, y la contribución de las organizaciones de apoyo. Durante los últimos años, los actores se reúnen periódicamente para compartir experiencias, aprovechar las oportunidades de mercado y promover su cultura.

Fortalezas del cacao Hondureño

- Sistema de producción en agroforestería
- Riqueza histórica asociada al origen del cacao
- Genética, aroma y sabores únicos
- Reconocimientos internacionales a la calidad del cacao hondureño

Condiciones favorables para la organización de la oferta

- Apoyo del gobierno nacional y cooperación internacional en el fortalecimiento de la cadena
- Proceso de construcción de estrategia regional para el fortalecimiento de la cadena de cacao.
- Organizaciones y emprendimientos chocolateros locales



Oportunidades del mercado internacional del cacao

- Los consumidores quieren conocer la historia detrás de un producto. Esto también está relacionado con la creciente importancia del origen del cacao, que debe ser respaldado con historias y trazabilidad. El crecimiento del segmento Bean to Bar, significa que el fabricante
- controla cada paso del proceso de producción, desde la compra de los granos de cacao hasta la creación de la barra de chocolate. Hay muchos ejemplos de empresas europeas que fabrican productos de chocolate de grano a barra y de origen único, a menudo utilizando granos de cacao de sabor fino.
- Desarrollo del segmento de ediciones limitadas y especiales de cacao de primera calidad que se produce en pequeñas cantidades o en micro lotes. Asegurando las expectativas y los requisitos del comprador.
- Tendencia creciente de relaciones comerciales directas en el mercado del cacao de especialidad. Estas relaciones son entre productores y pequeños y medianos chocolateros. La idea del comercio directo es que mantiene relaciones duraderas, honestas y sólidas entre los productores de cacao o las cooperativas de productores y los fabricantes de chocolate. Producción de cacao con enfoque de sostenibilidad social y ambiental, más que una tendencia implica adecuarse a las nuevas regulaciones de la comunidad europea.
- Producción libre de agroquímicos así como de agentes contaminantes como el cadmio. La Unión Europea ha reforzado su regulación sobre el cadmio en el chocolate y productos derivados. La ingesta de altos niveles de cadmio es principalmente tóxica para el riñón. La nueva regulación de cadmio entró en vigencia a partir de enero de 2019 La demanda de cacao de alta calidad se ve estimulada por el creciente interés de los consumidores por una vida sana. Los consumidores europeos están cada vez más preocupados por el impacto de los alimentos en su salud y bienestar. La crisis del COVID-19 ha hecho que los consumidores sean aún más conscientes de la calidad y la salud.

Tendencias en la producción de chocolate

- En la producción de chocolates debe emplearse insumos de calidad, teniendo en cuenta el origen y la sostenibilidad, ya que estos factores son muy importantes para los consumidores. Los chocolates veganos también
- están ganando popularidad debido a las alergias a los lácteos, la intolerancia a la lactosa o los consumidores que optan por llevar un estilo de vida vegano. Segmentos de consumo como el vegano vienen teniendo un crecimiento, puesto que el chocolate vegano ha aumentado en 35% en el 2020.



Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso al empleo a través de la mejora de las habilidades laborales y el fomento empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO) LA/2018/040-697



- Reducción o sustitución de la sacarosa en la producción de chocolates, observándose una tendencia más saludable y funcional. El chocolate pasa de ser una golosina a un alimento que busca cubrir diferentes necesidades energéticas y emocionales.
- Este enfoque en el chocolate negro debido a su alto contenido en flavonoides no es nuevo. Sin embargo, las marcas de chocolate están agregando flavonoides adicionales a sus barras para optimizar sus cualidades saludables.

Consideraciones y estrategias

- Conservación de la genética de sus árboles de cacao, que distinguen su perfil de sabor único. Reconocimientos del grano de cacao, como los Premios Internacionales del Cacao de Excelencia. Esta puede ser una forma interesante de posicionarse en el mercado europeo del cacao de fino. Agregar valor a su producto designando los orígenes de diferentes tipos de cacao que son específicos de su área (denominación de origen) o de su finca (cacao de finca única). Genere la historia del producto con enfoque de mercado, relacionados con el origen de sus granos de cacao, las características agroclimáticas de la región productora, la cultura de las comunidades productoras, la calidad única de su producto, sus técnicas de poscosecha o una combinación de estos aspectos. Aplicar buenas prácticas agrícolas para reducir la presencia de contaminantes alimentarios.
- Reducir la cantidad de pesticidas en sus productos. Una buena forma de hacerlo es aplicando el Manejo Integrado de Plagas (MIP), un enfoque de control de plagas agrícolas que utiliza estrategias y prácticas complementarias de manejo de cultivos para ayudar a minimizar el uso de pesticidas.

Prospectiva y oportunidades en el mercado de cacao y chocolate Emiratos Árabes Unidos

- El mercado de la alimentación en EAU se ha incrementado debido al crecimiento demográfico (3,7% anual según el FMI) y el desarrollo del sector turístico principalmente. Otros factores son la posición como Hub internacional en comercio y la localización de grandes compañías de buques y aerolíneas con necesidades de abastecimiento. Existe una gran actividad de



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



- reexportación de productos agroalimentarios, en torno a 2/3 partes de los productos que entran en el país. EAU recibió 21,3M de turistas en 2019 y sólo Dubai cuenta con 100.744 habitaciones de hotel. Durante los últimos años se ha observado una cierta desaceleración debido a la coyuntura económica internacional, la bajada en el precio del petróleo y a la debilidad del euro y del rublo. Sin embargo, el modelo de crecimiento a medio y largo plazo es robusto y el turismo es uno de los pilares de la diversificación económica. Debido a los altos ingresos de los consumidores locales, la demanda de productos Premium estimulará el crecimiento de la industria alimentaria hasta el final de la década. Tal es así que el gasto promedio de los hogares en EAU en productos ‘premium’ y ‘gourmet’ es mayor que en países como Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Corea del Sur y China (Gulf News, 2017). Con respecto al sector de la confitería en emiratos se esperaba un crecimiento de las ventas totales de chocolate y dulces del 6,2% anual en el periodo 2016-2020 (Gulf News, 2017). Cabe mencionar que el 2020 a pesar de la crisis mundial se logró un crecimiento del 6% en el ejercicio. Para las empresas de los Emiratos Árabes Unidos, se apertura oportunidades en las dos últimas partes de la cadena de valor
-

- del exportaciones y es la venta de chocolate y productos chocolate. Las empresas de los Emiratos Árabes Unidos están incrementando su producción nacional de chocolate para vender dentro de los EAU y, al mismo tiempo, aumentar potencialmente las exportaciones y reexportaciones de chocolate para satisfacer los mercados de chocolate potencialmente en crecimiento en Asia y África. El perfil de consumidor se orienta por el chocolate de leche con combinaciones de nueces (pistachio, avellanas, almendras, etc) con concentraciones de entre 30 a 40% de cacao. Sin embargo no deja de ser interesante el consumo de chocolate semi amargo de concentraciones de 50 al 60% cacao. En el mercado se oferta chocolate Premium, comercial y sucedáneos. Estos últimos son consumidos por expatriados de la India, Filipinas y Pakistan por sus bajos precios. El chocolate Premium o que viene de Europa es ofertado vía boutiques que se caracterizan por el lujo en los detalles del producto y las decoraciones de las tiendas.
-

Italia

- Italia se ubica como el séptimo mayor importador de granos de cacao de Europa. Casi todos los granos de cacao importados



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



- se procesan localmente y solo alrededor del 1,4% se reexporta a otros países. Italia es el segundo fabricante de chocolate más grande de Europa, y los fabricantes de chocolate italianos son los mayores proveedores mundiales del creciente mercado chino. Italia es el séptimo mayor importador de granos de cacao de Europa. Con más de 99 mil toneladas en 2019 por un valor de 221 millones de euros, Italia representa aproximadamente el 4,1% de todas las importaciones europeas de granos de cacao. La gran mayoría de estas importaciones (86%) se obtienen directamente de los países productores. Entre 2015 y 2019, las importaciones italianas de cacao en grano se mantuvieron estables. Con varios grandes fabricantes de chocolate multinacionales en Italia, el país se ubica como el segundo productor de chocolate más grande de Europa. Italia reexporta solo el 1,4% de los granos de cacao importados, mientras que la cantidad restante se procesa a nivel nacional. Con 700 mil toneladas de chocolate producidas en 2017 (18% de la producción total europea), la industria del chocolate de Italia es solo más pequeña que la de Alemania, que representó el 32% de la producción total de chocolate europea en el mismo año. Las exportaciones de chocolate de Italia se estiman en alrededor de 346 mil toneladas en 2019. Eso es el 8,6% del volumen total de exportaciones europeas y clasifica a Italia como el quinto exportador de chocolate más grande de Europa. Entre 2015 y 2019, las exportaciones de Italia aumentaron en volumen a una tasa media anual del 6,9%. A los consumidores italianos les gusta su chocolate negro y buscan cada vez más productos de alta calidad. Los chocolates que atraen a los consumidores orientados a la salud, como los
-

chocolates sin azúcar o sin gluten, están ganando popularidad. La sostenibilidad también está ganando importancia, y los chocolates de comercio justo y certificados orgánicos tienen una mayor demanda en Italia. La creciente importancia de la certificación para promover la sostenibilidad en Italia proporciona un punto de entrada interesante para los exportadores que tienen volúmenes significativos y una amplia variedad de cacao certificado.

- Los italianos consumen una media de 4 kg de chocolate al año, lo que marca un consumo de chocolate inferior a la media europea (5 kg). Sin embargo, el consumo de chocolate en Italia está marcado por una fuerte preferencia por el chocolate negro, que representa el 40% de todo el chocolate consumido en Italia. Los consumidores italianos tienen una marcada preferencia por los chocolates hechos con granos de cacao de alta calidad. Estos granos de cacao a menudo se comercializan



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



a precios superiores, lo que ofrece a los productores la posibilidad de obtener más valor por su producto.

China

- La gran superficie de China le permite tener una amplia diversidad de cultivos pese a que el área con fines agrícolas representa menos del 13% del total. Se cultivan muchos productos que Ecuador también produce, pero hay uno que no ha podido ser desarrollado pese a los intentos que se hicieron: el cacao. Y por lo tanto, sus necesidades tienen que ser satisfechas importando. Tradicionalmente los países de quienes China compra cacao en grano están en África, con Ghana o Costa de Marfil a la cabeza de un grupo de varios países africanos. También importa de Indonesia en el sureste de Asia y de Papúa Nueva Guinea en Oceanía. En el caso del chocolate, dista todavía más. El consumo del chocolate en China es de 200 gramos al año que, aunque no es una cantidad representativa comparada con otros países asiáticos, mantiene un peso importante si tomamos en consideración el nivel poblacional de más de 1 billón de habitantes; esto, sumado a la creciente demanda de productos importados y a las tendencias de consumo desarrolladas por las nuevas generaciones – el consumo de chocolate crece anualmente un 15% en China –, hacen al gigante asiático un mercado interesante para el sector chocolatero. Este mercado presenta un alto nivel de competitividad, es así que 20 de las más grandes marcas de chocolate del mundo, ya están presentes en China (Dove, Ferrero, Hersheys, Cadbury, Meiji, Lindt, etc). El 90% del mercado del chocolate, pertenece a marcas extranjeras, mientras que el 10% restante pertenece a marcas locales las cuales mantienen un nivel de aceptación considerable; no obstante, al momento de escoger, el consumidor chino prefiere el producto extranjero. Los mayores consumidores de cacao son las grandes procesadoras que se ubican al centro y norte de China Continental.
-

Reino Unido

- En 2014, el Reino Unido tuvo un consumo medio de 7,5 kg de chocolate per cápita, después de Suiza (9,0 kg), Alemania (7,9



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLEO)
LA/2018/040-697**



- kg) y Austria (7,8 kg). Los consumidores británicos gastan alrededor de 131 € por persona al año en chocolate. La mayoría de los consumidores compran chocolate de baja calidad a través de los principales minoristas, pero el segmento de especialidades se está volviendo cada vez más popular. El chocolate con leche natural es el favorito entre consumidores británicos, consumido por el 73% de los consumidores. No obstante, los chocolates premium y de alta concentración han experimentado un fuerte crecimiento.
- El Reino Unido es un actor importante para el chocolate de especialidad en el mercado europeo. Un número creciente de consumidores británicos está dispuesto a pagar por un chocolate especial de mayor calidad y más caro. Se espera que esto continúe en el futuro. En 2014, el 49% de los consumidores afirmó comer productos de chocolate que contienen ingredientes de primera calidad. Además, el 48% de los consumidores británicos declararon que comen chocolate negro.
 - El enfoque en el origen del cacao también se ha vuelto más importante en el mercado del chocolate de alta gama en el Reino Unido. La mayoría de las marcas de alta gama ofrecen una línea de chocolates de origen único. Empresas como Red Star Chocolate (empresa fundadora de Duffy Chocolate) van más allá y han desarrollado relaciones comerciales directas con sus proveedores en los países productores.

Canadá

- Debido al clima, en Canadá no existe siembra y cosecha de granos de cacao. Las compañías canadienses importan la materia prima para la transformación y venta de productos y elaborados de cacao. El mercado de granos de cacao y semi-elaborados de cacao es principalmente industrial. Estos productos son utilizados por la industria HORECA (hoteles, restaurantes y catering) para hacer postres y por los fabricantes de chocolate. Y, en una pequeña proporción por los fabricantes de cosméticos. Sin embargo, debido a la tendencia creciente del consumidor canadiense de comer productos sanos y naturales, la manteca y el polvo de cacao se pueden encontrar en supermercados, con mayor frecuencia.
- El consumo per cápita en chocolatería registrado en Canadá durante 2016 fue de US\$65,9 consolidándose como uno de los principales mercados de la región americana.
- Las tendencias de consumo de snacks saludables y el fortalecimiento de un consumidor que se preocupa por su salud marcan una oportunidad para el cacao y sus derivados en Canadá. El país norteamericano importa solo en grano más de US\$196 millones.



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



- En lo que respecta al cacao en grano, los importadores de confitería prefieren importar híbridos, como el CCN-51. Sin embargo, los fabricantes de chocolate de alta calidad y bean-to-bar demandan cada vez más cacao fino de aroma, aunque las cantidades que demandan son pequeñas comparadas al mercado de confites. Con relación a las diferentes variedades de los principales productos semi-elaborados de cacao, podemos indicar que la manteca es generalmente producida con el grano de cacao de menor calidad. Existen dos tipos de manteca de cacao en el mercado canadiense, la manteca desodorizada y la manteca no 2 desodorizada, que son utilizadas dependiendo del tipo de chocolate que se quiera producir. Actualmente existe una tendencia por productos que son menos procesados por lo que la manteca de cacao orgánico, no desodorizado y sin refinar tiene gran demanda en el mercado. En Canadá se puede encontrar cacao en polvo natural o procesado “Dutch”. El procesamiento Dutch consiste en exponer los granos de cacao a soluciones alcalinas, como el carbonato de sodio, para incrementar el pH de los granos de cacao; comúnmente de pH: 4.5-5 a aproximadamente pH: 8.5- 9.5. Este proceso incrementa la solubilidad del chocolate en polvo y permite mezclar granos de cacao de diferente calidad. El licor de cacao o pasta de cacao al igual que la manteca de cacao son utilizados como parte de los ingredientes en productos hechos a base de chocolate. La variedad de licor de cacao depende del grano de cacao con el que se produce este producto. Los fabricantes de chocolate están dispuestos a comprar este producto semielaborado de cacao fino de aroma a fin de mejorar la calidad de su chocolate.
- El mercado canadiense de cacao está principalmente, por tres grandes empresas. Dos de ellas multinacionales: BARRY CALLEBAUT y NESTLÉ. Estas empresas son responsables de casi el 80% de la importación de cacao en grano para Canadá y procesan in situ los diferentes semi-elaborados. Como se podrá ver en el gráfico 1, el 80% del negocio de Barry Callebaut es la importación del cacao en grano.
- Para los productos semi-elaborados de cacao, como manteca, pasta y polvo, los importadores suelen demandar que la empresa fabricante cuente con el sistema HACCP (Análisis de Riesgos de Puntos Críticos de Control), debido a que Canadá cuenta con una de las infraestructuras de calidad alimenticia más avanzadas del mundo, lo que se traduce en altos criterios exigidos por el gobierno y tomados en cuenta por el consumidor.
- En el mercado canadiense los elaborados de cacao, como el polvo, en la gran mayoría de marcas no tienen certificaciones



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



- pero cada vez más los canadienses están demandando productos que tengan responsabilidad social, ambiental y a su vez sean altamente nutritivos por lo que las certificaciones son consideradas como un valor agregado. En este sentido, cada vez es más frecuente que los importadores soliciten certificaciones orgánicas, LIBRE DE GLUTEN, NON GMO, KOSHER, UTZ, RAIN FOREST ALLIANCE para este tipo de productos y en menor medida, certificación de comercio justo. La Siembra, empresa
- importadora de cacao en grano para la fabricación de chocolate marca “Camino”, con base en Ottawa, es conocida como una de las pocas empresas en Canadá que ofrece semi-elaborados de cacao con certificación orgánica, de comercio justo, sin gluten, sin GMO y Kosher.

India

- Cada vez más consumidores indios están optando por consumir chocolate negro en lugar de chocolate de leche y chocolate blanco. El chocolate negro es ahora preferido por un importante segmento de la población urbana india debido a su alto contenido en antioxidantes y por no contener azúcar. Se prevé que el mercado de chocolates en India crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta de 19% entre 2017-2023. Gran parte de este crecimiento responderá a la demanda de chocolate negro. Los consumidores indios están dispuestos a pagar hasta USD 22 dólares por el producto. Este escenario es favorable para empresas Hondureñas interesadas en exportar chocolate negro a la India. La India es actualmente uno de los mercados donde el consumo de chocolate crece a mayor velocidad y la demanda no ha dejado de subir durante los últimos años. En 2016 se consumieron más de 228.000 toneladas, un aumento del 50% en comparación con 2011. A los indios les encantan los dulces y el chocolate se ha convertido en uno de sus caprichos favoritos porque se comercializa como un producto sano y hace que la gente no dude a la hora de consumirlo en forma de snack.

Suiza

- Suiza tiene una sólida reputación como productor de chocolates de alta calidad. Varias marcas de chocolate suizo son bien conocidas internacionalmente, incluidas Lindt y Toblerone. Como tal, Suiza se encuentra entre los mayores exportadores de chocolate del mundo.



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLEO)
LA/2018/040-697**



- Aunque el consumo de chocolate en Suiza ha disminuido ligeramente en los últimos años, Suiza todavía tiene el consumo per cápita más alto del mundo. En 2018, el consumo per cápita fue de 10,3 kilogramos, 1,4 kilogramos menos que cinco años antes. En comparación, Alemania registró el segundo consumo per cápita más alto del mundo con 9,2 kg. La disminución del consumo per cápita se debe en parte a que los consumidores suizos disfrutaban cada vez más del chocolate en cantidades más pequeñas y de mayor calidad. En particular, existe un interés creciente por el amargo. Como tal, tanto las cantidades de consumo como las preferencias en Suiza ofrecen oportunidades interesantes para los exportadores de cacao.
- Suiza es el octavo importador europeo de granos de cacao, importando alrededor de 45 mil toneladas en 2018, por un valor de 108 millones de euros. En comparación, Holanda es el mayor importador con un estimado de 1.173 mil toneladas ese mismo año, seguido por Alemania (469 mil toneladas) y Bélgica (234 mil toneladas).
- Suiza es el hogar de 17 fabricantes de chocolate y muchos fabricantes de chocolate pequeños y medianos. Los mayores fabricantes son Barry Callebaut y Lindt & Sprüngli. Ambas multinacionales se fundaron en Suiza. Chocolat Frey, parte del Grupo Migros, también es un importante productor de chocolate para la popular marca de distribuidor de Migros, Chocolat Frey.
- En el 2018, Suiza representó el 3,0% de las exportaciones mundiales de chocolate, lo que la convierte en el décimo exportador mundial. Los volúmenes de exportación de chocolate superaron las 122 mil toneladas en 2018, por un valor de 732 mil millones de euros. Entre 2014 y 2018, las exportaciones aumentaron levemente a una tasa promedio anual de 1.2% (valor en 2.8%). Los principales mercados de exportación del chocolate suizo en 2018 fueron Alemania (24%), Reino Unido (11%), Francia (9,1%) y Canadá (8,6%). En 2018, se fundó la Plataforma Suiza para el Cacao Sostenible. Sus miembros, incluidos los grandes actores de la industria, se han comprometido a obtener al menos el 80% del cacao a partir de una producción sostenible para 2025. La sostenibilidad también es un tema clave para los consumidores: el mercado suizo de cacao orgánico y de comercio justo es relativamente grande en comparación con otros países.

Bélgica

- Bélgica es el segundo exportador de cacao en grano de Europa, con una cuota de mercado del 43%. En 2018, los volúmenes de



**Programa de Apoyo Presupuestario: Acceso
al empleo a través de la mejora de las
habilidades laborales y el fomento
empresarial en Honduras.” (EUROEMPLO)
LA/2018/040-697**



- exportación belga de cacao en grano alcanzaron las 189 mil toneladas, por un valor de 420 millones de euros. Los principales destinos de las exportaciones fueron Alemania (44%), Francia (25%) y los Países Bajos (24%). Bélgica ha consolidado este papel de distribución de los granos de cacao en Europa durante los últimos años. Si bien Bélgica reexportó el 51% de sus granos de cacao importados en 2014, en 2018 esta participación aumentó al 81%. Entre 2014 y 2018, las exportaciones belgas aumentaron un 8,7% en volumen y un 6,4% en valor. Aproximadamente 540 fabricantes y fabricantes de chocolate están activos en el mercado del chocolate belga. Sin embargo, los grandes fabricantes de chocolate multinacionales dominan el mercado. Los productores de chocolate industrial importan una gran parte
- **de cirlos**, derivados del cacao de los países especialmente los Países Bajos. En 2018, el volumen neto de importación de Bélgica de productos de cacao semiacabados alcanzó un estimado de 169 mil toneladas. Entre 2013 y 2018, las importaciones aumentaron a una tasa promedio anual de 5.0%.
 - Los consumidores de chocolate también demandan y compran cada vez más chocolates producidos de forma sostenible. Las **ventas de productos de chocolate Fairtrade** en 2018, en comparación con el año anterior. Aunque el chocolate es el producto Fairtrade de más rápido crecimiento en Bélgica, la cuota de mercado total del chocolate Fairtrade todavía está por debajo del 5%.



Retos para el cacao y chocolate Hondureño

- La producción de chocolate Bean to Bar en el mundo tiene una tendencia creciente, requiriendo de orígenes especiales y únicos, siendo una oportunidad para el cacao Hondureño que tiene atributos sensoriales diferenciados asociados a un bagaje histórico, permitiéndole alcanzar precios logrados por cacaos finos de aroma (4 USD – 6 USD / Kg)

- Es indispensable conciliar el cultivo del árbol de cacao con el cuidado ambiental, la reforestación y el empleo de mano de obra adecuada y bien remunerada. Es por ello que los principales países consumidores e importadores, con la Unión Europea a la cabeza, están emitiendo directrices para que las cadenas de suministro mantengan la preservación medioambiental y garanticen el trabajo y el comercio justo.

De otra parte, los perfiles organolépticos del cacao Hondureño permitirían

- desarrollar chocolates coberturas con sabores diferenciados ligados al perfil de consumidor Emirate (anuezado, cremoso y chocolatoso).

La producción de coberturas de chocolates con estándares de calidad europeos y

- precios competitivos, es una gran oportunidad para la ingresar al mercado del Asia y medio oriente, puesto que existe una demanda cada vez más creciente de

hoteles, restaurantes, cafeterías y empresas chocolateras.

- *Implementación de métodos y procesos que aseguren el desarrollo de sabores y aromas asociados a la demanda del mercado fino de aroma.*
- *Conservación y rescate del germoplasma local con la finalidad de una oferta diferenciada y sostenida en el tiempo.*
- La implementación de planes de aseguramiento de la calidad como HACCP y la certificación HALAL, esta última ayuda en gran medida si bien no es un requisito sino como una estrategia comercial. Cabe indicar que el motivo de la certificación HALAL de estos productos es que a menudo contienen subproductos animales no HALAL o constituyentes de alcohol etílico como parte de su composición. También deben estar libres de alcohol para obtener la certificación HALAL.

- El placer que genera degustar un buen chocolate debe tener en cuenta que el cultivo de cacao tiene que proporcionar felicidad también a los trabajadores de la industria, y que debe ser sostenible sin perjudicar al medio ambiente. Preservar la fabricación del chocolate para las generaciones futuras implica asumir todos esos retos desde hoy mismo.

- Fortalecimiento de plataformas regionales como SICACAO para la implementación de estrategias políticas propuestas para la región.