



INTERNATIONAL COCOA ORGANIZATION
ORGANISATION INTERNATIONALE DU CACAÛ
МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПО КАКАО
ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL CACAÛ

EX/130/10
26 julio 2006

Original: INGLES
Distr: RESERVADA

COMITÉ EJECUTIVO
Ciento treinta sesión
Londres, 12-15 septiembre 2006

ESTUDIO DEL MERCADO DE CACAÛ ECOLÓGICO

ESTUDIO DEL MERCADO DE CACAO ECOLÓGICO

INTRODUCCIÓN

1. El mercado de alimentos ecológicos certificados ha experimentado un desarrollo muy dinámico durante los últimos años. Según *Datamonitor*, el mercado de alimentos y bebidas ecológicos alcanzó en 2005 un valor estimado de US\$ 18 billones en Estados Unidos, de US\$ 5,4 billones en Alemania y de US\$ 4,1 billones en el Reino Unido, siendo estos últimos los dos mercados europeos más importantes de productos ecológicos. El motor principal del fuerte crecimiento reciente ha sido la creciente preocupación de los consumidores por la seguridad alimentaria. Los brotes de “crisis alimentarias” tales como la Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) y la salmonella, junto con la nueva sensibilidad pública ante los riesgos presentes en la elaboración de alimentos, han suscitado cierta preocupación por la seguridad alimentaria y los métodos de producción. Como respuesta a este fuerte crecimiento, está aumentando la producción de alimentos ecológicos en todos los continentes, y sobre todo en los países del tercer mundo, donde los agricultores se muestran atraídos por los precios más altos pagados por alimentos ecológicos. Por la misma razón, muchos gobiernos animan a los agricultores a dedicarse a la agricultura ecológica.

2. El mercado de chocolate ecológico también se ha visto favorecido por el fuerte crecimiento de la demanda, reflejado en el éxito de *Green & Black's*, el mayor fabricante de chocolate ecológico del Reino Unido. En 2004, el volumen de ventas de esta empresa aumentó en un 69% para situarse en £22,4 millones, comparado con una tasa de crecimiento del 2% para el conjunto de la industria del chocolate. Hace varios años, los productos de chocolate ecológico consiguieron introducirse en los supermercados; las principales cadenas ya han lanzado sus propios productos ecológicos, a menudo más económicos que los productos de marca. Sin embargo, pese al fuerte crecimiento registrado durante los últimos cinco años, la cuota de mercado de cacao correspondiente al cacao ecológico sigue siendo reducida.

3. La Junta Consultiva sobre la Economía Cacaotera Mundial (bajo el punto de acción 11 de su programa) solicitó que la secretaria elaborara un documento de estudio sobre el mercado de cacao ecológico. Este primer documento sobre el mercado de cacao ecológico define las especificaciones del mercado ecológico, facilita información sobre los principales participantes y las normas aplicadas a los productos ecológicos, y presenta una estimación del tamaño del mercado de cacao ecológico.

DEFINICIÓN Y PRINCIPIOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

4. La definición de la agricultura es compleja, y no puede limitarse a un método “libre de productos químicos”. Actualmente, se utilizan muchas definiciones en distintas regiones del mundo, que reflejan los distintos enfoques de la agricultura ecológica (agronómico/técnico, económico, o bien científico y filosófico). Se ha formulado una definición general en el Codex Alimentarius (FAO/WHO 1999):

“La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos,

en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema.”

5. La *Federación Internacional de Movimientos para la Agricultura Ecológica (IFOAM)*, una organización paraguas para los participantes del mercado ecológico, definió y adoptó en 2005 unos principios revisados de agricultura ecológica, y ahora está trabajando sobre la definición de la agricultura ecológica, cuya adopción se prevé 2008 tras celebrarse consultas con los participantes del mercado. Los principios adoptados se basan en los siguientes:

<i>Principio de salud</i> La Agricultura Ecológica debe mantener y mejorar la salud del suelo, de las plantas, de los humanos y del planeta como entidad única e indivisible.
<i>Principio de ecología</i> La Agricultura Ecológica debe basarse en sistemas y ciclos ecológicos vivos; debe trabajar con ellos, emularlos y ayudar a mantenerlos.
<i>Principio de equidad</i> La Agricultura Ecológica debe fomentar relaciones que aseguren la equidad respecto a oportunidades comunes tanto medioambientales como vitales.
<i>Principio de cuidado</i> La Agricultura Ecológica debe gestionarse de manera cautelosa y responsable, para proteger la salud y el bienestar de las generaciones actuales y futuras y del medio ambiente.

IFOAM 2005

CERTIFICACIÓN Y PARTICIPANTES CLAVES EN EL MERCADO DE CACAO ECOLÓGICO

6. En la segunda parte del presente documento se presentan las distintas organizaciones que participan en el proceso de etiquetado ecológico (IFOAM, autoridades regulatorias regionales y nacionales, y entidades certificadoras). Ofrece un resumen de la legislación aplicada en los tres mercados principales consumidores de productos de cacao y chocolate (la Unión Europea, Estados Unidos y Japón), y se centra en el proceso de importación de productos ecológicos por parte de estos mercados. Así mismo, se facilita información sobre exportadores de cacao ecológico, y sobre los costes y beneficios que supone la producción de cacao en grano ecológico a nivel del productor.

Agencias e instituciones que participan en la certificación ecológica

a) La Federación Internacional de Movimientos para la Agricultura Ecológica (IFOAM)

7. La creación en 1972 de IFOAM, la primera red formal a nivel mundial para la agricultura ecológica, representó sin duda uno de los mayores hitos para el movimiento ecológico. IFOAM se propone como misión “liderar, unir y ayudar al movimiento ecológico en toda su diversidad”, y tiene como objetivos principales:

- construir una plataforma global para el movimiento ecológico;
- desarrollar, comunicar y defender los principios de la agricultura ecológica;
- fomentar y facilitar la adopción de la agricultura ecológica;

- promover el desarrollo de mercados ecológicos;
- asegurar una organización eficazmente gestionada con recursos suficientes y sostenibles.

b) *Autoridades competentes a nivel regional y nacional*

8. Aunque se han desarrollado normas ecológicas a nivel de la Comisión de la UE, la aplicación y el cumplimiento de las normas – tanto para alimentos de producción local como para alimentos de importación – son responsabilidad de los Estados miembro individuales. La aplicación de las normas corre a cargo de autoridades competentes designadas de forma oficial. Estas entidades corresponden a agencias estatales oficiales, encargadas de aprobar y auditar los organismos de certificación tanto nacionales como extranjeros. Por ejemplo, el Departamento del Medio Ambiente, Alimentos y Asuntos Rurales (DEFRA) en el Reino Unido, la Agencia Federal para la Agricultura (BDE) en Alemania, y el Departamento de Políticas Económicas e Internacionales (DPEI) del Ministerio de Agricultura en Francia son las agencias nacionales encargadas de aplicar la legislación nacional. En Estados Unidos, la autoridad competente es el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), a través de su Programa Nacional Ecológico (NOP).

c) *Organismos de certificación/inspección*

9. Los organismos de certificación e inspección suelen ser organismos privados, organizaciones de productores o instituciones sin ánimo de lucro. Su función principal es la de comprobar el cumplimiento con normas ecológicas nacionales por parte de todos los participantes en la cadena de abastecimiento de productos ecológicos (agricultores y elaboradores). El proceso de certificación suele constar de tres pasos:

- la solicitud, que suele implicar el pago de honorarios, el compromiso por parte del productor de cumplir con las normas pertinentes, y una descripción de la unidad de producción;
- la inspección: es decir, una visita a las instalaciones del solicitante para verificar que la producción cumple con las normas y con la declaración del productor;
- la evaluación de los resultados de la inspección, y la formulación de una decisión sobre certificación. Esta decisión a menudo incluye una relación de las medidas correctoras que ha de tomar el productor. A continuación se expide el certificado.

Existen alrededor de 400 organismos de certificación e inspección, la gran mayoría ubicados en los países desarrollados, y su volumen combinado de negocio se sitúa en unos US\$ 400 millones. La elección de un organismo de certificación por parte de un productor de cacao dependerá de varios factores, entre ellos el nivel de los honorarios, la imagen que tiene el organismo de certificación (“certificación de marca”), la familiaridad del organismo de certificación con los temas específicos del sector cacaotero, su pericia a nivel internacional a la hora de ayudar con mercados de exportación y su ámbito geográfico (ha de estar homologado en el país de destino del cacao en grano).

Legislación relacionada con la certificación ecológica

10. La mayoría de los países desarrollados, pero sólo una minoría de los países en vías de desarrollo, cuentan con normas nacionales, reglamentos y sistemas de inspección y certificación para productos ecológicos. Las diferencias entre sistemas de certificación y etiquetado pueden entorpecer los flujos comerciales; incluso dentro de la Unión Europea, la actitud del gobierno nacional frente a la

legislación de la UE puede representar un obstáculo para el comercio. Varias entidades reguladoras están adoptando nuevas reglas con el fin de simplificar el proceso, y también están avanzando hacia un reconocimiento mutuo de las distintas etiquetas nacionales para productos ecológicos. Para facilitar el comercio internacional, hace falta una armonización de las normas y la certificación. Esto no implica, sin embargo, la aplicación de normas idénticas en todos los países, ya que las condiciones agrícolas son distintas.

11. A nivel internacional, las directrices del Codex Alimentarius (FAO/WHO, 1999), adoptadas en 1999 y revisadas en 2001, definen los principios generales y los requisitos aplicados a la producción y el etiquetado de productos ecológicos. Esto representa un primer paso hacia la armonización oficial internacional de los requisitos para productos ecológicos en términos de normas de producción y comercialización, procedimientos de inspección y requisitos en cuanto al etiquetado.

12. En **Estados Unidos**, la entrada en vigor reciente de la Ley sobre la Producción de Alimentos Ecológicos (OFPA) elaborada por el Programa Nacional Ecológico (NOP) del USDA, estableció una serie de normas nacionales para la producción y manipulación de alimentos designados “ecológicos” en etiqueta. Esto debe reforzar la confianza del consumidor en la etiqueta ecológica.

13. En la **Unión Europea**, el Consejo Europeo adoptó el Reglamento (CEE) No. 2092/91, que creó un marco comunitario que ofrece una relación detallada de los requisitos con los que hay que cumplir para que un producto agrícola o un alimento se considere ecológico. Este reglamento se ha sometido recientemente a una revisión profunda, que dio lugar a una nueva propuesta, adoptada en diciembre de 2005, que deberá entrar en vigor en enero de 2009. Las nuevas reglas pretenden simplificar el proceso, y permitir cierta flexibilidad para reflejar la existencia de diferencias regionales en cuanto a clima y condiciones. A continuación, se modificará el régimen de importación para permitir el reconocimiento, por parte de la Comisión, de organismos de certificación fuera de la UE.

14. En 1992, el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca (MAFF) en **Japón** publicó unas directrices referentes a las prácticas agronómicas necesarias para que un producto se designe “ecológico” en etiqueta. Sin embargo, carecía de herramientas para comprobar el cumplimiento. En 2000, el MAFF revisó la Ley de Normas Agrícolas Japonesas, y creó un programa de inspección y acreditación. Finalmente, desde abril de 2001, el etiquetado de productos ecológicos como “*JAS organic*” requiere el cumplimiento de esta norma.

15. Los requisitos generales para que cacao en grano, productos de cacao y chocolate puedan llamarse “ecológicos” son las siguientes:

- El cacao se debe cultivar en tierras en las que no se hayan empleado sustancias prohibidas durante los tres años anteriores a la cosecha. El cacao en grano cultivado en terrenos considerados “en transición” (por ejemplo, durante los tres primeros años después de abandonarse la agricultura convencional) no puede llamarse “ecológico”.
- Los métodos han de estar estrictamente controlados (fertilizantes, aditivos del suelo, plaguicidas).
- El 95% de los ingredientes (sin contar agua y sal añadidos) en un producto de chocolate han de ser producidos de forma ecológica, y el elaborador ha de ser una entidad ecológica certificada para que el producto acabado se califique de ecológico. No obstante, varias

disposiciones especiales permiten que en la etiqueta figure la mención “100% ecológico”, si el producto contiene un 100% de ingredientes producidos de forma ecológica; "Fabricado con Ingredientes Ecológicos" (u otra declaración similar) si el producto contiene un mínimo del 70% de ingredientes ecológicos; y “Contiene algunos ingredientes ecológicos” (u otra declaración similar), si el producto contiene menos del 70% de ingredientes ecológicos.

Exportadores de cacao ecológico

16. Los productores de cacao, todos ubicados en países en vías de desarrollo, han de cumplir con todos los requisitos asociados con la producción de productos ecológicos para que puedan exportar su producción a países consumidores, que en su mayoría son países desarrollados. Los cambios legislativos importantes introducidos durante la última década han dificultado el cumplimiento de los requisitos por parte de los pequeños productores. Deben gestionar la expedición de un permiso de importación de la autoridad competente pertinente, presentando evidencia de que el cacao ecológico importado se ha producido de acuerdo con la legislación relevante. Se expiden permisos de importación para un período definido. Sin embargo, no se permite que los exportadores de cacao soliciten directamente los permisos de importación. La solicitud ha de ser presentada por un importador registrado con la autoridad competente. Por lo tanto, resulta bastante complicado gestionar la debida solicitud de permiso de importación.

Costes y beneficios asociados con las exportaciones de cacao ecológico a nivel del productor

17. El precio del cacao ecológico es superior al del cacao convencional; esta diferencia de precio debe cubrir el coste que supone el cumplimiento de los requisitos respecto a la producción de cacao ecológica además de los gastos de certificación. La diferencia de precio de mercado entre el cacao ecológico y el cacao convencional representa la disposición del consumidor de pagar más por un producto ecológico certificado. Además, una parte importante (alrededor del 10%) del cacao en grano ecológico certificado en el mercado también cuenta con certificación de “comercio justo”. Cabe destacar, a efectos de referencia, que el cacao en grano ecológico certificado por la FLO (Organización de Etiquetado de Comercio Justo) cuenta con una prima fija de US\$ 200 por tonelada. Para el cacao en grano ecológico “sin certificación de comercio justo”, no existe una prima fija, ya que el precio viene determinado por las fluctuaciones de mercado; la prima varía entre US\$ 100 y US\$ 300. Por ejemplo, según las estadísticas comerciales facilitadas por el *Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)*, la prima otorgada al cacao ecológico se situó en una media de US\$ 100 en 2003/04 y de US\$ 275 en 2004/05. Sin embargo, algunos orígenes con volúmenes reducidos pueden conseguir primas muy superiores. Para muchos exportadores, una prima de US\$ 200 parece ser la mínima que les permite seguir con las exportaciones de cacao ecológico.

18. El coste de cumplimiento de las normas ecológicas incluye el honorario pagado por la organización de cacaocultores o el exportador a la entidad certificadora, además de los gastos indirectos generados por el cumplimiento de los requisitos ecológicos. El honorario total a veces se compone de unos derechos iniciales de solicitud y unos derechos anuales de certificación (un importe fijo, o bien una cantidad que varía según el volumen de venta). Según *The Organic Standard (TOS, 2001)*, los derechos medios de certificación a nivel de explotación (para todo tipo de producción) representaban un 3% de volumen de operación de la explotación. Es posible que esta cifra subestime los gastos para el cacaocultor, que suele tener gastos adicionales debido al aspecto internacional de la operación de certificación y al tamaño generalmente reducido de su negocio. Además de los derechos

de certificación, las organizaciones de cacaocultores tienen que correr con gastos administrativos adicionales, gastos adicionales de mano de obra (ya que la producción ecológica siempre requiere más mano de obra) y costes de oportunidad asociados con la pérdida de rendimientos tras abandonar los insumos sintéticos y con la conversión de la producción convencional en ecológica. Antes de conseguir la plena restauración de un sistema ecológico, los problemas de plagas y de fertilidad son frecuentes. La magnitud de las pérdidas de rendimiento depende de los atributos biológicos inherentes de la explotación, de la pericia del cacaocultor y del grado de empleo de insumos sintéticos bajo el régimen anterior de manejo.

VISIÓN GENERAL DEL MERCADO MUNDIAL DE CACAO ECOLÓGICO: TENDENCIAS Y SITUACIÓN

Demanda de cacao ecológico

19. Las estrategias de promoción y comercialización de las tiendas y los supermercados han fomentado la demanda de productos de chocolate ecológico. Las cadenas de venta de alimentos también promueven los alimentos ecológicos con el fin de mejorar su imagen pública. La preocupación por las sustancias estimuladoras del crecimiento, por los alimentos transgénicos, por la contaminación de alimentos con dioxinas y por las epidemias ganaderas (tales como la EEB), han dado un nuevo ímpetu a la demanda general de alimentos ecológicos, ya que los consumidores están cuestionando cada vez más la seguridad de los alimentos convencionales. Varios gobiernos han respondido con la fijación de objetivos para la expansión de la producción ecológica. Muchos consumidores consideran que los productos ecológicos son más seguros, y de mayor calidad, que los productos convencionales. Según la empresa de investigación de mercados Global Insight, el creciente interés de los consumidores por el chocolate ecológico se hizo evidente durante la pasada Semana Santa (abril 2006), cuando las ventas de productos ecológicos registraron una fuerte subida.

20. En **Europa**, muchas empresas especializadas en los mercados de chocolate de primera calidad, tal como el chocolate ecológico, han experimentado un crecimiento importante. Europa es con mucho el mayor mercado de importación de cacao en grano ecológico, además de liderar las actividades de elaboración y fabricación de productos de cacao y chocolate certificados. Una parte del cacao y chocolate ecológico producido en Europa se exporta, principalmente a Estados Unidos. *Barry Callebaut* se considera el mayor elaborador mundial de productos de cacao ecológico. El consumo de chocolate ecológico va creciendo con rapidez en Europa. En el **Reino Unido**, las ventas de productos de chocolate ecológico han registrado un fuerte crecimiento; la empresa *Green & Black's*, creada en 1991 y adquirida por *Cadbury-Schweppes* en 2005, y la empresa *Duchy Originals*, creada por S.A.R. el Príncipe de Gales en 1992, son las principales empresas del mercado de chocolate ecológico en el Reino Unido.

21. La mayoría de los productos de chocolate ecológico vendidos actualmente en el mercado de América del Norte se importan de Europa, debido a la falta de elaboradores certificados de cacao ecológico tanto en **Estados Unidos** como en **Canadá**. Esta situación explica, con toda probabilidad, la cuota inferior del mercado con la que cuenta el chocolate ecológico en esta región. Se cree que una mayor demanda de este chocolate de primera categoría animaría a los elaboradores, que actualmente trabajan con cacao convencional, a solicitar la certificación necesaria. De hecho, la creciente importancia de tal mercado en Estados Unidos se ve reflejada en la creación de *Corigins* por *E D & F Man*, como división de productos especiales de azúcar y cacao ecológicos. Hasta ahora, gran parte de las importaciones estadounidenses de productos ecológicos proceden de *Barry Callebaut*,

cuya producción de productos orgánicos se ubica en su totalidad en Europa. *Dagoba Organic Chocolate*, creada en 2001, y *Endangered Species Chocolate Company*, creada en 1993, son las principales empresas de chocolate ecológico en Estados Unidos. Las opciones de compra para las empresas estadounidenses que compran productos ecológicos de cacao/chocolate se pueden desglosar de la siguiente manera (Menter, 2005):

- Una empresa estadounidense que compra cacao en grano ecológico puede:
 - a) comprar a un comerciante de cacao ecológico (p.ej. Corigins/ED&F Man); o bien
 - b) comprar cacao en grano en origen de una cooperativa de productores (p.ej. Conacado).

- Una empresa estadounidense que compra productos semiacabados de cacao puede:
 - a) comprar a un comerciante de cacao ecológico (p.ej. Corigins/ED&F Man, Tradin USA o Global Organics);
 - b) comprar a un elaborador de cacao europeo (p.ej. Barry Callebaut, ED&F Man);
 - c) comprar el cacao en grano directamente, y gestionar su elaboración en Europa (p.ej. La Siembra); o bien
 - d) comprar cacao en grano elaborado en origen por una cooperativa de productores (p.ej. Conacado).

- Un fabricante estadounidense de chocolate ecológico puede:
 - a) comprar a un comerciante de productos ecológicos (p.ej. Tradin USA o Global Organics);
 - b) comprar a un fabricante en Europa (p.ej. Chocolat Bernrain);
 - c) comprar a un fabricante en Estados Unidos (p.ej. Debelis, Barry Callebaut – sólo ecológico);
 - d) comprar el cacao en grano directamente, y gestionar su elaboración y fabricación en Europa (p.ej. La Siembra).

22. El mercado de chocolate ecológico en **Japón** aún no se ha desarrollado del todo, y al consumidor japonés le resulta muy difícil encontrar este producto en las tiendas de productos ecológicos. Según un estudio reciente realizado por IFOAM Japón, esto se debe a que la mayoría de los elaboradores y fabricantes japoneses de confitería no fabrican productos de chocolate ecológico. La razón, en parte, es que el sistema de certificación “JAS Organic” no incluye la leche, impidiendo así que los elaboradores fabriquen productos de chocolate ecológico que contengan leche. No obstante, algunos fabricantes nacionales producen chocolate amargo (por ejemplo, *Nisshin Kako*). Hasta ahora, Japón viene importando cacao ecológico no en forma de cacao en grano sino en forma de productos elaborados de cacao. Sin embargo, el mercado podría crecer, sobre todo si se cumplen ciertas condiciones, tales como la modificación de la certificación “JAS Organic” para incluir la leche, y también si África, desde donde procede gran parte del cacao convencional importado por Japón, aumenta su producción de cacao en grano ecológico y/o si Japón aumenta sus compras de las Américas.

Oferta de cacao ecológico y tamaño del mercado

23. El crecimiento futuro del mercado de cacao ecológico dependerá más de las limitaciones que operan sobre la oferta que de la evolución de la demanda, al menos a medio plazo. Muchos analistas

del mercado opinan que hasta ahora el crecimiento de la demanda ha tendido a superar el crecimiento de la oferta. Según declaraciones del director comercial de una de las mayores empresas del mercado: “Alcanzar nuestros objetivos de crecimiento será imposible si no conseguimos convencer a los productores a que se conviertan a la producción ecológica”. No obstante, el nivel general de las primas de precio no tiende a corroborar tal afirmación.

24. Resulta muy difícil encontrar datos estadísticos fiables sobre los mercados de productos ecológicos. El mercado se compone de un número reducido de comerciantes que se muestran poco dispuestos a informar sobre precios y volúmenes de negocio. La recogida de datos por las ONG y otras organizaciones dista de ser ideal, y las estadísticas oficiales no distinguen entre cacao convencional y cacao ecológico certificado, excepto en la República Dominicana (cuyos datos están incompletos). Las autoridades nacionales competentes en Europa (por ejemplo, DEFRA en el Reino Unido, BDE en Alemania y DPEI en Francia) no recogen datos sobre el volumen de cacao ecológico importado, sino sólo sobre el volumen previsto de importación correspondiente a los permisos de importación otorgados. No obstante, ahora están recogiendo datos sistemáticos sobre la importación de productos ecológicos a nivel de aduanas. La necesidad de transparencia y el aumento del volumen de operaciones en el mercado ecológico subrayan la importancia de una recogida más completa de estadísticas.

25. El **Cuadro 2** del anexo proporciona una visión general del mercado de cacao ecológico por país de origen. Como se aprecia en este cuadro, durante los últimos años la producción de cacao de grano ecológico se estima en torno a 15 500 toneladas, y las exportaciones en 11 170 toneladas. Esto significa que el mercado ecológico sigue contando con una cuota muy baja del mercado de cacao, estimada en una media de menos del 0,5%. Sin embargo, el cacao ecológico tiene una cuota mayor de mercado que el cacao certificado de comercio justo (con exportaciones de 3 901 toneladas en 2005 según FLO-International). La mayoría de los países productores de cacao en grano ecológico (14 de los 24 encontrados) están en Sudamérica (**Cuadro 1**), origen de más del 70% del cacao ecológico del mundo, comparado con una cuota de mercado del 13% para el cacao en grano convencional. Esta situación difiere de forma notable del mercado de cacao en grano convencional, donde gran parte de la producción se centra en África. Un pequeño porcentaje del cacao ecológico es elaborado en origen por cooperativas de productores (por ejemplo, Conacado en la República Dominicana). La República Dominicana es con mucho el mayor proveedor mundial de cacao en grano ecológico, con una producción estimada en 5 000 toneladas. Cuenta con cinco exportadores de cacao ecológico, de los cuales el más importante es Conacado (Confederación Nacional de Cacaocultores Dominicanos). Esta cooperativa cacaotera se fundó en 1988 como respuesta ante los bajos precios mundiales del cacao, con el fin de ayudar a los pequeños cacaocultores a mejorar sus condiciones de trabajo y de vida. Tiene como objetivo generar trabajo e ingresos para los grupos marginados de la sociedad, reducir la dependencia de intermediarios mediante la exportación directa de sus productos, y ofrecer asistencia técnica y financiera a los agricultores para mejorar la calidad de la producción cacaotera.

26. Conviene señalar que otros varios países ya se están reconvirtiendo a la producción de cacao ecológico. Entre ellos destacan Camerún, Côte d’Ivoire, Guyana, Haití, Honduras, Indonesia, y Filipinas.

RESUMEN Y PERSPECTIVAS

27. El mercado de cacao ecológico representa una cuota muy reducida del mercado total de cacao, estimada en menos del 0,5% de la producción total. Sin embargo, la demanda de productos de cacao

ecológico está registrando un aumento muy fuerte, debido a la creciente preocupación de los consumidores por la seguridad de la oferta de alimentos junto con otros temas medioambientales, y debido al crecimiento general de la demanda de chocolate de primera categoría. La exposición de los consumidores al chocolate ecológico ha aumentado de forma dramática durante los últimos años, con la presencia de este producto en los supermercados.

28. En el lado de la oferta, existen muchos retos para cubrir la creciente demanda. A nivel del cacaoicultor, se ha de centrar en temas relacionados con la regularidad y la calidad de la oferta. Los países productores se enfrentan a muchas limitaciones, entre ellas el alto coste de certificación por parte de entidades extranjeras y la falta de conocimiento de los canales ecológicos. Los canales comerciales han de reflejar el aumento del volumen de cacao ecológico, por ejemplo mediante la entrada en el mercado de empresas más importantes (por ejemplo, ED&F Man a través de Corigins). El desarrollo emergente de la industria de elaboración y fabricación en América del Norte aumentaría la disponibilidad de chocolate ecológico para el consumidor norteamericano.

ANEXOS

CUADRO 1: PRODUCTORES DE CACAO ECOLOGICO

Región/País	Cooperativas / Organizaciones
<i>Africa (6)</i>	
Ghana	
Madagascar	Arco Ocean Indien / Millot – Remandraibe - Sagi
Santo Tomé	Cecab
Tanzania	Biolands / Kyela Co-op Union
Togo	
Uganda	ESCO
<i>Américas (14)</i>	
Belize	TCGA
Bolivia	El Ceibo
Brasil	
Colombia	
Costa Rica	APPTA
Cuba	
República Dominicana	Cinco exportadores, incl. Conacado y Yacoo
Ecuador	
El Salvador	
México	Asesoría Técnica en Cultivos Orgánicos
Nicaragua	La Campesina - Cacaonica
Panamá	Cocabo, Servicio Múltiple de Cacao Bocatoreña
Perú	COCLA - Cooperativa Agraria Cacaotera Acoprago Ltda - Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho - Cooperativa Agraria Cafetalera Valle Rio Apurimac - Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo Ltda -
Venezuela	Asociación de cacaocultores del estado de Aragua
<i>Asia y Oceanía (4)</i>	
Fiji	
India	
Sri Lanka	
Vanuatu	Malecoula

Fuentes: IFOAM (2006), SIPPO (2002), FLO-International, autoridades nacionales competentes en Europa y agencias internacionales de noticias.

CUADRO 2:
PRODUCCION Y EXPORTACION ESTIMADAS DE CACAO EN GRANO ECOLOGICO

Región/País	Fecha	Producción ecológica (en toneladas)	Exportación ecológica (en toneladas)
<i>Africa (6)</i>		<i>3.000</i>	<i>1.770</i>
Ghana	2005	n.a.	n.a.
Madagascar	2003	1.500	1.500
Santo Tomé		n.a.	n.a.
Tanzania y Uganda	2005	1.500	270
Togo		n.a.	n.a.
<i>Américas (14)</i>		<i>11.738</i>	<i>8.638</i>
Belize	2004/05	33	33
Bolivia	2003/04	400	400
Brasil	2005/06	1.100	50
Colombia		n.a.	n.a.
Costa Rica	2004/05	300	300
Cuba		n.a.	n.a.
República Dominicana	2004/05	5.000	5.000
Ecuador		n.a.	n.a.
El Salvador	2005	30	30
México	2005	2.500	600
Nicaragua	2004	98	98
Panamá	2005	350	350
Perú	2005	1.850	1.700
Venezuela	2005	77	77
<i>Asia y Oceanía (4)</i>		<i>762</i>	<i>762</i>
Fiji	2002	50	50
India	2005	12	12
Sri Lanka	2005	200	200
Vanuatu	2002	500	500
<i>Total identificado</i>		<i>15.500</i>	<i>11.170</i>

Fuentes: Encuestas de la ICCO (2006 y 2005), IFOAM (2006), SIPPO (2002), FLO-International, EPOPA, autoridades nacionales competentes en Europa y agencias internacionales de noticias.

Nota: Dadas las limitaciones en cuanto a disponibilidad de datos, estas estimaciones deben considerarse provisionales, y emplearse con cautela

REFERENCIAS

REGLAMENTOS SOBRE PRODUCTOS ECOLOGICOS

Comisión Europea (1991). Reglamento (CEE) No. 2092/91 del Consejo, de 24 de junio de 1991 sobre *Producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios*.

Comisión Europea (2005). Reglamento (CEE) No. 1294/2005 del Consejo, de 5 de agosto de 2005, por el que se modifica el Anexo I del Reglamento (CEE) No. 2092/91.

Comisión Europea (2005). Reglamento (CEE) No. 1318/2005 del Consejo, de 11 de agosto de 2005, por el que se modifica el Anexo II del Reglamento (CEE) No. 2092/91.

Comisión Europea (2005). Reglamento (CEE) No. 1336/2005 del Consejo, de 12 de agosto de 2005, por el que se modifica el Anexo III del Reglamento (CEE) No. 2092/91.

Comisión Europea (2005). Propuesta para un Reglamento del Consejo sobre *Producción ecológica y etiquetado de productos ecológicos*, por el que se modifica el Reglamento (CEE) No. 2092/91.

Comisión Europea (2005). Relación de organismos o autoridades públicas encargados de la inspección contemplada en el Artículo 15 del Reglamento (CEE) No. 2092/91.

FAO/WHO Codex Alimentarius Commission (2001): *Guidelines for the Production, Processing, Labelling and Marketing of Organically Produced Foods*, revised version.

United States (2005). *Organic Foods Production Act of 1990* [As amended through public law 109-97, Nov. 10,2005].

Otros documentos de referencia

Diaz Gonzales, E., Frezac-Coloneth, A., Krauss, U., Slingerland, M. (2004): *Organic cocoa chain for development: the case of Talamanca small farmers association*.

EPOPA (2004): *An evaluation of the program "Export promotion of organic products from Africa", phase II*.

Global Insight (2006): *Innovation in natural and organic food and drinks*.

IFOAM Japan (2004): *The Japanese market for environmentally and socially certifies agricultural products from Central America*.

IFOAM (2006): *The world of organic agriculture: statistics & emerging trends 2006*.

IFOAM (2006): *Organic agriculture worldwide directory of IFOAM member organizations & associates 2006*.

ITF - International Task Force on Harmonization and equivalence in organic agriculture (2004): *Overview of standards and conformity assessment systems*.

Koekoek, F. J. (2003): *The organic cocoa market in Europe: summary of a market study*. EPOPA

Koetbech-Olesen, R. (2002): *The United States market for organic food and beverages*. International Trade Centre (ITC).

Koetbech-Olesen, R. (2006): *Demand for organic products from East Africa*.

- Menter, L. L. (2005): *The sustainable cocoa trade: an analysis of US market and Latin American trade prospects*. EcoMercados Project.
- Petchers, S. (2004): *The market for differentiated cocoa: a market opportunity assessment for small cocoa grower organizations*.
- Rundgren, G. (2005): *The role of certification services in organic product market*.
- SIPPO, FiBL, IFOAM (2002): *Organic coffee, cocoa and tea*.
- UNCTAD (2006): *Organic agriculture: the experiences of Central America, Cuba and the Dominican Republic*. Trade and environment overview 2006 – Chapter 3 – Part II.
- UNCTAD, UNEP (2002): *L'agriculture biologique, un facteur de développement économique et social pour les pays du tiers-monde : l'exemple de Madagascar*.
- UNCTAD, UNEP (2005): *Overview of the current state of organic agriculture in Kenya, Uganda and the Republic of Tanzania and the opportunities for regional harmonization*.
- Universidad Autónoma Chapingo, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (2005) : *Agricultura, apicultura y ganadería orgánicas de México*.