



2^{da} EDICION DEL SALÓN DEL CACAO Y CHOCOLATE

LIMA – Perú, 2011

Maria del Pilar Alarcón

Departamento de Agro y Agroindustrias

Promperu

Indice

Resumen Ejecutivo

I.- Antecedentes y justificación.....	3
II.- Ficha Técnica de la feria.....	3
III.- Información Comercial.....	4
3.1 Nichos de mercado	
3.2 Nuevas tendencias	
IV.- Participación de Perú.....	5
4.1 Expositores Nacionales	
4.2 Productos Exhibidos	
4.3 Actividades de Promoción	
4.4 Resultados	
4.4.1 Cuantitativos	
4.4.2 Cualitativo	
V.- Conclusiones y recomendaciones.....	6

Resumen Ejecutivo

I. Antecedentes y Justificación

El cacao “convencional” por sus características de commodity, es un producto cotizado en base al precio internacional, comercializado en grandes volúmenes. La subida del precio internacional producido por la caída de la producción de los principales países productores de África en los últimos años, ha permitido mostrar al mundo la calidad del cacao peruano generándose una oportunidad para desarrollar el nicho de cacao “especiales” (gourmet, de origen, ecológicos y sostenibles), logrando así que el cacao peruano está considerado en la lista de países proveedores de la ICCO (Internacional Cocoa Organization).

En este sentido las organizaciones de productores y empresas exportadoras vienen desarrollando una estrategia de desarrollo con una participación activa de PROMPERU, así como de otras instituciones del Estado y de Cooperación Internacional con el objetivo de elevar la calidad, productividad y oferta exportable del cacao peruano. En este sentido se ha priorizado el apoyo en la 2da edición del Salón de Cacao y Chocolate.

II. Ficha Técnica de la Feria

Ámbito: Lima – Perú.

Participan también organizaciones de productores de diferentes regiones del país

Fecha: 08 al 15 de julio 2011

Edición: 2ª edición Salón Cacao Salón de Cacao en Chocolate en Perú.-

Descripción: La 2da edición del Salon de Cacao y Chocolate se llevó a cabo en Lima del 7 al 10 de Julio en el Sheraton Lima Hotel & Convention Center. Contó con la participación de invitados internacionales permitiendo a los participantes de la cadena productiva de cacao establecer una red de contactos a fin de incrementar las exportaciones de cacao especial, fino de aroma, orgánico y de comercio justo y posicionar la imagen de Perú ante la comunidad internacional.

Organizadores: Asociación Peruana de Productores de Cacao, Ministerio de Agricultura, VSF/CICDA, DEVIDA, USAID/Programa de Desarrollo Alternativo, Promperú

Carácter: Especializado

Tipo de visitantes: Chocolateros Profesionales internacionales, compradores internacionales, chefs, Organizaciones cacaoteras andinas y centroamericanas, público en general

Sector y producto representado: Cacao y derivados. Chocolatería fina

III. Información Comercial

3.1 Nichos de Mercado

El Perú está considerado como productor y proveedor de cacao fino y de aroma, quiere continuar posicionando estas calidades así como aquellos con certificaciones orgánicas y de sostenibilidad, Las certificaciones como la de orgánicos y fairtrade es una estrategia de producción y comercialización, que nos permite diferenciar la producción peruana y reconocer con un mayor precio las prácticas amigables con el ambiente y el reconocimiento económico a la base productiva, exige asimismo ofertar un producto de superior calidad en términos de aroma y sabor (calidad organoléptica).

Se contó con una gama de expertos internacionales interesados en cacaos nativos específicamente cacao de porcelana y cacao chuncho. Dentro del salón han podido contactar organizaciones con esta oferta exportable peruana.

Por otra parte, el Salón del Cacao y Chocolate es una herramienta interesante para impulsar el consumo de chocolate de alta calidad en un plano nacional. En el Perú, el consumo de chocolate es aún bastante bajo y es dirigido a golosinas más que a chocolates en sí. La idea es educar al paladar peruano y enseñarle a consumir chocolates de calidad y poder reconocerlos por sus características particulares.

3.2 Nuevas tendencias

Los productos en base a cacao se están diversificando. Las empresas están desarrollando nuevos productos tal es la oferta que muestra Gianni Chocolates con su oferta de bombones en maridaje de pisco, vodka, bombones con ajíes, páprika, sal de maras.

IV Participación del Perú

4.1 Expositores Nacionales

1	Asociación Peruana de Productores de Cacao
2	Daida Chocolates
3	Chocolates Helena
4	Sierra Exportadora
5	Amazonas Trading
6	Industrias Mayo
7	Cepicafè
8	Xocolatl
9	Sushi Chocolat
10	Chocolates La Cholita
11	CAI Naranjillo
12	Asociación Veterinario sin fronteras
13	Ibèrica
14	Asociación de Productores de Cacao VRAE
15	Chemonics (cooperación)
16	Machu Picchu Foods
17	Pronatec AG
18	Cooperativa Agraria Cafetalera El Quinacho
19	Shatell
20	Guanni Chocolates
21	Roselen
22	Ecoandino SAC
23	Puratos del Perú
24	Di Perugia
25	Incasur
26	Consortio Amazónico
27	Cooperativa Oro Verde
28	Cia Nacional del Chocolate
29	Cafè Perú
30	Rainforest Alliance

4.2 Productos exhibidos

Productos en base a cacao

4.3 Actividades de Promoción

- Se realizó una catación de expertos nacionales e internacionales de las muestras enviadas para el Concurso Nacional de Cacao 2011. De tal forma se pudo constatar la calidad de nuestro cacao.
- Se llevó a cabo la presentación de Chocodemos
- Concurso de esculturas
- Se confeccionaron brochures informativos
- PROMPERU entregó merchandising de marca país.

4.4 Resultados

4.4.1 Cuantitativos

Las empresas concretaron ventas por s/400,000

4.4.2 Cualitativos

Se mostró a los consumidores finales lo que es consumir verdadero chocolate

Los participantes en la feria tuvieron la oportunidad de establecer nuevos contactos comerciales

V Conclusiones y Recomendaciones

Es importante mencionar que las expectativas tanto de los expositores como de los visitantes locales y extranjeros fueron cubiertas con creces. Los resultados superaron a la versión anterior lo que generó una satisfacción general con el evento. Esto se vio reflejado en un total en ventas aproximado de 400,000 nuevos soles.

De la misma forma, se alcanzaron los objetivos trazados para llevar a cabo el Salón los cuales fueron posicionar al cacao peruano por su calidad y certificaciones ya que contamos con diversos especialistas en este producto presentes en el evento que reforzarán las fuentes que promocionan la calidad de nuestro producto alrededor del mundo. Mediante las exposiciones durante las conferencias realizadas se pudieron difundir una serie de conocimientos de utilidad específica para ciertos eslabones de la cadena productiva como algunos de ámbito general. Se pudo congregar en un mismo espacio a productores, exportadores, industrias chocolateras (usuarios finales a nivel nacional), importadores y chocolateros internacionales (usuarios finales en el campo internacional) de cacao lo cual es importante para su identificación y se generen negocios de una manera más directa. Además de ello, la promoción a nivel nacional del consumo de cacao de calidad ayudará al desarrollo de esta cadena productiva y que gane en importancia

RECOMENDACIONES

Se sugiere mejorar la elección de una locación más grande para una siguiente edición ya que los dos últimos días el público asistente tenía problemas para su circulación y se generaban cuellos de botella cuando habían chocodemos o momentos antes de las conferencias (durante el registro) y con la venta del fondue. Además el local no contaba con la circulación adecuada de aire y esto generó problemas con las esculturas de chocolate las cuales estaban propensas a derretirse. Finalmente, la sala de conferencias debería estar más alejada en si del salón puesto que la bulla propia de este tipo de eventos en determinados momentos dificultaba el prestar atención o el escuchar las mismas