A collage of cocoa products including beans, nibs, and powder. The background features a bowl of cocoa beans, a wooden scoop filled with cocoa nibs, a bowl of cocoa powder, and a piece of chocolate. The text is overlaid on a red rectangular background.

ESTUDIO DE MERCADO PARA CACAO Y DERIVADOS EN ESTADOS UNIDOS

Promperú, 2025

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

Departamento de Inteligencia de Mercados

Coordinador: Franck Pucutay

Elaborado por: AMERICAN INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT, LLC.

Diseño de portada y contraportada: Promperú

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son documento son proporcionadas únicamente con fines informativos.

INDICE

GLOSARIO DE TÉRMINOS	5
I. RESUMEN EJECUTIVO.....	6
III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	10
3.1 Descripción del producto.....	10
3.2 Partida arancelaria.....	11
3.3 Oferta Exportable Perú.....	13
3.3.1 Producción nacional Perú	13
3.3.2 Estacionalidad en Perú	16
3.3.3 Exportaciones de Perú.....	17
IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO DESTINO	21
4.1 Producción de cacao y derivados en Estados Unidos	21
4.2 Exportaciones de cacao y derivados en Estados Unidos	22
4.3 Importaciones de Estados Unidos de cacao y derivados.....	23
4.4 Estacionalidad de las importaciones de cacao y derivados en Estados Unidos	25
4.5 Importaciones de cacao y derivados de Estados Unidos desde Perú	26
4.6 Análisis de la Competencia	27
4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales en Estados Unidos	34
4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras de cacao y derivados a Estados Unidos	37
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	39
5.1 Perfil del Consumidor.....	39
5.2 Análisis de Tendencias	45
5.3 Variedades.....	47
5.4 Presentaciones y precios al consumidor final.....	49
5.5 Percepción del Producto(s) peruano.....	66
VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO	68
6.1 Medidas Arancelarias	68

6.2 Medidas No Arancelarias	72
6.2.1 Medidas Técnicas.....	72
6.2.2 Medidas No Técnicas	74
6.3 Normas Privadas.....	77
VII. LOGÍSTICA	77
7.1 Canales de Distribución	77
7.1.1 Rutas de Acceso.....	77
7.1.2 Costos Logísticos	82
7.1.3 Principales Agencias de Transporte	82
7.2 Canales de Comercialización.....	86
VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL	95
8.1 Ferias	95
8.2 Exhibiciones	98
8.3 Publicaciones Especializadas.....	102
IX. CONTACTOS DE INTERÉS.....	103
9.1 Institucionales	103
9.2 Comerciales.....	105
X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
XI. PERFIL DE COMPRADORES	109
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	112

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cacao fino o de aroma: Tipo de cacao con propiedades organolépticas superiores (aroma, sabor, complejidad sensorial), clasificado como tal por la ICCO. Perú es uno de los países reconocidos como origen de este tipo de cacao.

Derivados de cacao: Productos transformados a partir del grano de cacao: licor, manteca, torta y polvo de cacao, utilizados en las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica.

Chocolate bean-to-bar: Modelo de producción de chocolate artesanal donde el fabricante controla todo el proceso desde la selección del grano hasta la elaboración final del producto, con enfoque en trazabilidad, calidad y origen.

Certificación orgánica (USDA Organic): Sistema regulado por el Departamento de Agricultura de EE.UU. que garantiza que los productos han sido cultivados sin agroquímicos sintéticos ni organismos genéticamente modificados.

Certificación de comercio justo (Fair Trade): Sello que asegura condiciones laborales y comerciales justas para los productores, promoviendo el desarrollo sostenible y el acceso a mercados éticos.

FSMA (Food Safety Modernization Act): Legislación estadounidense que regula la inocuidad de los alimentos importados mediante controles preventivos y responsabilidad compartida en la cadena de suministro.

Trazabilidad: Capacidad de rastrear un producto a lo largo de toda la cadena de valor, desde su origen hasta el consumidor final, esencial para cumplir con normativas sanitarias y de calidad.

Single origin: Denominación comercial para productos derivados de cacao que provienen de una única región, finca o zona geográfica, lo que permite destacar sus propiedades sensoriales únicas.

Harmonized Tariff Schedule (HTS): Sistema de codificación arancelaria de EE.UU. que clasifica productos para efectos de comercio exterior y control aduanero.

Canal institucional (food service): Segmento de comercialización orientado a hoteles, restaurantes, cafeterías, servicios de catering y comedores colectivos, que requiere presentaciones a granel y cumplimiento normativo riguroso.

I. RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de los EEUU es atendido por proveedores extranjeros y por fabricantes estadounidenses que importan granos de cacao e insumos intermedios con los cuales fabrican chocolates, también insumos intermedios y otros productos terminados.

En términos de ventas, el mercado de los EEUU es el más importante mercado a nivel global. Si bien los cálculos en términos de valor USD difieren, todos los analistas sostienen que EEUU es el país que más consume chocolates, consumo que es atendido con una oferta foránea y también con una oferta propia.

Mordor Intelligence calcula las ventas de chocolates en el mercado de los EEUU en USD 28,450 millones para el 2025. Statista calcula las ventas del mercado en USD 24,000 millones para el mismo año, mientras que Ibis World calcula las ventas mayoristas de chocolates en USD 37,100 millones en el 2024.

Lo cierto y comprobado es que los EEUU importó en el 2024 USD 8,073 millones en cacao y derivados clasificados en el capítulo 18 del arancel, esto según cifras publicadas por el US International Trade Commission, USITC, monto en el que Perú tuvo una participación de 2.86% que equivalen a ventas por la suma de USD 231 millones.

Los principales productos importados por EEUU en el 2024 fueron preparaciones de cacao en presentaciones bulk de la partida 180690 con USD 1,874 millones; chocolate y otras preparaciones conteniendo cacao de la subpartida 180620 por USD 1,428 millones; granos de cacao de la subpartida 180100 por USD 1,428 millones y mantequilla de cacao de la subpartida 180400 por USD 1,075 millones.

Como antes se indicó el mercado de los Estados Unidos también es atendido por fabricantes domésticos, que importan granos de cacao para transformarlos de cacao en polvo, chocolate endulzado, licor de chocolate, mantequilla de cacao, chocolate sin endulzar y jarabe de chocolate. Según la empresa IbisWorld, que realiza estudios de mercado, los fabricantes estadounidenses que atienden esa industria vendieron en el 2024 la suma de USD 3,400 millones. Dichas ventas reflejan un crecimiento de 8.7% para el periodo 2019-2024, y proyectan un decrecimiento en USD de -1.1% para el periodo 2024-2029.

Por otro lado, como se mencionó antes, según IbisWorld en el 2024 las ventas mayoristas de golosinas elaboradas con chocolate en los EEUU fueron de USD 37,100. Se proyecta un decrecimiento de -0.4% en las ventas de todas las golosinas para el periodo 2024-2029.

Otra cifra importante para el análisis son las ventas de tiendas especializadas en chocolates o “chocolaterías” que por regla general venden productos con mayor contenido de cacao, productos artesanales y premium, mas compatibles con la oferta peruana de tabletas finas de chocolates de boca, bombones, trufas y otras presentaciones. Según IbisWorld las ventas anuales de estos negocios en los EEUU fueron de USD 1,500 millones.

Estas cifras nos dan una idea del tamaño y potencial del mercado estadounidense para los productos de la oferta peruana, cuya participación se limita a un 2.8% de sus abastecimientos.

Como es conocido, el año 2024 fue un año atípico en términos de precios, y el 2025 también se proyecta como tal, aunque se prevé que en los siguientes años los precios disminuyan.

En el 2022 el precio promedio del cacao sin tostar fue de USD 2,364 por tonelada métrica, un promedio histórico, el cual empezó a subir en el 2023 a un promedio de USD 3,280. En el 2024 el precio promedio fue de USD 7,628, aun cuando alcanzó récords históricos, el 19 de abril de ese año se cotizó en USD 11,722 la tonelada y el 18 de diciembre cerró en USD 12,565 la tonelada métrica.

Se estima que precio promedio del cacao en el 2025 será de USD 6,430 la tonelada y para el 2030 se proyecta un precio de USD 5,650 la tonelada, con un crecimiento compuesto de -2.55%.

Sin embargo, los recientes cambios en las cotizaciones del cacao en grano no presentan una seguridad en cuanto a esas proyecciones, toda vez que cualquier noticia, por mínima que sea, afecta su cotización. El 29 de enero pasado su precio alcanzo un pico de USD 11,745 y el viernes 8 de agosto del 2025, cuando se revisó este resumen ejecutivo, el precio en la bolsa de productos de NY se cotizaba en USD 8,228.

Como es sabido, los precios de cacao se incrementaron debido a una “tormenta perfecta” que incluyó factores climáticos (sequía, seguido de lluvias en exceso y luego calor extremo) que afectaron a Costa de Marfil y Ghana, países que representan el 70% de la producción mundial, lo que influyó en la reducción de sus cosechas en -15%. Posteriormente la aparición del virus de los “brotes hinchados”, expuso las deficiencias y la crisis estructural en ambos países, cuyos gobiernos no pudieron ayudar a sus agricultores para combatir la plaga y plantar nuevos árboles. Además, justo cuando ocurría todo lo anterior, la Unión Europea buscaba implementar las normas anti-deforestación de cumplimiento forzado y costoso para los productores; y a todo ello, como usualmente ocurre en estas situaciones, se añadió la especulación financiera que apostó sobre menores producciones.

Las tres condiciones juntas: factores climáticos, la fragilidad estructural de los países productores y la especulación financiera generaron la volatilidad de los precios y continúan alterando el mercado del cacao.

Esta situación tuvo como consecuencia el incremento de los valores importados por Estados Unidos cuyas importaciones desde todo el mundo, de cacao y derivados clasificados en el capítulo 18 pasaron de USD 6,152 millones en el 2023 a USD 8,073 millones en 2024, con un crecimiento de 31.2%.

Cuadro N° 1.1

ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DEL MUNDO, DE CACAO Y DERIVADOS, POR SUBPARTIDAS
(Valor importado en miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		5,051,658	5,634,140	6,048,859	6,152,365	8,073,718	31.2%	12.4%
180690	Preparaciones de cacao, sin presentación a granel, neesoi	1,209,863	1,341,335	1,598,004	1,666,103	1,875,939	12.6%	11.6%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	818,006	836,707	930,264	954,466	1,429,530	49.8%	15.0%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	995,661	1,262,269	898,939	769,290	1,114,543	44.9%	2.9%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	562,300	531,198	582,627	555,981	1,075,143	93.4%	17.6%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar	492,370	589,539	667,099	755,876	938,136	24.1%	17.5%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, relleno	271,501	333,139	460,443	552,099	565,475	2.4%	20.1%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	258,152	311,525	381,652	370,277	434,145	17.2%	13.9%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	301,703	259,533	283,003	339,655	399,423	17.6%	7.3%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	107,725	128,370	206,840	183,862	234,986	27.8%	21.5%
180610	Cacao en polvo, con azúcar u otro edulcorante añadido	34,208	40,317	39,516	4,570	6,201	35.7%	-34.7%
180200	Cáscaras, películas y demás residuos de cacao	170	206	473	186	197	5.7%	3.7%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Ciertamente, Perú también se benefició en 2024 al exportar a los Estados Unidos un total de USD 231 millones, lo que representó un crecimiento del 197.6 % respecto a los USD 77 millones exportados en 2023. Este incremento estuvo impulsado, en parte, por los mayores precios internacionales, lo que favoreció directamente a los agricultores y exportadores peruanos. Un ejemplo destacado es la empresa peruana líder en el sector de cacao y chocolate, Machu Picchu Foods S.A.C., que pasó de exportar USD 135 millones en 2022 a USD 366 millones en 2024 a nivel mundial, posicionándose como la segunda empresa agroexportadora del país.

Cuadro N° 1.2
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE PERÚ, DE CACAO Y DERIVADOS, POR SUBPARTIDAS
 (Valor importado en miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	73,630	67,410	82,300	77,725	231,335	197.6%	33.1%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	27,206	30,166	39,495	19,124	138,480	624.1%	50.2%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	21,874	16,282	11,256	6,745	57,569	753.4%	27.4%
180690	Preparativos de cacao, sin presentación a granel, neesoi	7,115	9,447	16,415	11,111	13,220	19.0%	16.7%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	3,976	3,239	3,318	4,208	8,736	107.6%	21.8%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar	3,624	2,128	6,680	31,196	5,649	-81.9%	11.7%
180620	Chocolate y otras preparaciones alimentarias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	1,915	2,331	3,485	3,186	2,856	-10.4%	10.5%
180310	Pasta de cacao sin desgrasar	7,745	3,467	1,098	1,012	2,549	151.9%	-24.3%
180631	Chocolate y demás preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, de peso inferior o igual a 2 kg, rellenos	44	69	292	1,012	2,029	100.4%	160.6%
180200	Cáscaras, panelados y demás residuos de cacao	98	69	7	10	140	1267.4%	9.3%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	6	164	228	117	103	-12.1%	101.7%
180610	Cacao en polvo con azúcar u otro edulcorante añadido	27	48	27	3	5	64.5%	-33.6%

Fuente: US International Trade Commission
 Elaboración propia

El producto peruano más exportado a los Estados Unidos fue la mantequilla de cacao, con USD 138 millones, con un crecimiento de 624.1% respecto a los USD 19 millones exportados en el 2023. El segundo producto exportado fue granos de cacao sin tostar, que en el 2024 se exportó por USD 57 millones, 753% respecto a los USD 6.7 millones que se exportó en el 2023. Otros productos exportados en el 2024 son las demás preparaciones de cacao por USD 13 millones, el cacao en polvo por USD 8.7 millones, chocolates en barras de menos de 2 Kgs por USD 5.6 millones y chocolates en barras de más de 2 Kg por USD 2.8 millones.

Perú ha empezado a ser reconocido como un proveedor importante de mantequilla de cacao. Si bien las exportaciones peruanas de este producto a los EEUU se remontan a la década de los 90. Por ejemplo, en el año 2000 Perú exportó a los EEUU USD 8.8 millones de mantequilla de cacao, mientras que aún no le exportaba cacao en grano. En el año 2024 Perú exportó USD 138 millones de mantequilla de cacao.

La importancia de la mantequilla de cacao en las exportaciones peruanas se debe en gran medida a la fineza del producto, que es altamente apreciada por fabricantes de chocolates que usan el producto peruano para mejorar el sabor de sus productos.

Por ejemplo, llama la atención encontrar empresas chocolateras bean to bar, que usan granos importados desde África, y que importan mantequilla de cacao peruana para usarla en sus procesos productivos y venden tabletas premium como si fuesen manufacturados únicamente con granos de África.

Sin embargo, es cada vez más notable encontrar en los estantes de supermercados y tiendas especializadas, chocolates elaborados con granos de cacao o chocolate industrial peruano. No solo eso, ya es posible encontrar tabletas de chocolates de variedad y origen peruano Ej: variedad Contamana, origen Quillabamba. Si bien la mayoría de las tabletas encontradas, son fabricadas por empresas estadounidenses que usan granos o chocolate industrial peruano.

Es importante que Perú deba continuar exportando granos de cacao, sin embargo se considera que la ruta que debe seguir como país, es incrementar sus ventas de subproductos, especialmente de mantequilla de cacao, polvo de cacao, chocolate industrial y licor de cacao. El mercado de los EEUU para insumos derivados de cacao es muy rentable y ofrece amplias oportunidades. Por ello países como Indonesia y Malasia se han posicionado como jugadores importantes en los abastecimientos de estos productos a los EEUU. Perú puede y debe participar en este importante mercado, sobre todo si se considera la fineza de su materia prima, cada vez más reconocida.

En el caso de productos terminados como tabletas, trufas y bombones, es una posibilidad que Perú debe seguir impulsando, aun cuando la competencia es muy fuerte sobre todo de la oferta europea muy reconocida y valorada. Es importante colocar la oferta peruana en tiendas de chocolates multimarca, que son pocas pero juegan un rol muy importante en la generación de los negocios y también en el mayor reconocimiento del origen de los productos.

Otros minoristas importantes para la venta y difusión de tabletas con marca peruana son Whole Foods y Trader Joe's, dos cadenas de tiendas que cuentan con importantes secciones de chocolates de diversos orígenes, incluso fabricados fuera de los EEUU.

Debe notarse además que las tabletas de chocolates finas son muy versátiles para acomodarse a puntos de ventas diversos como son restaurantes, boutiques y tiendas de ropas de bebés. Por ejemplo, tabletas de chocolates fabricados en Perú se venden en la cadena de restaurantes de hamburguesas "Mister Beast".

Otro producto acabado que se vende ampliamente y desde hace muchos años son los chocolates de taza, si bien destinados casi exclusivamente a consumidores peruanos. Sin embargo, algunas marcas peruanas han priorizado el costo en detrimento de la calidad. Se oferta chocolates elaborados con cacaos y materias primas corrientes, lo que les ha impedido escalar más allá del consumidor peruano. En este segmento de chocolates de taza resalta la experiencia de la marca colombiana Luker, ofreciendo un chocolate de calidad, y probablemente usando insumos peruanos. Además de fidelizar a su público colombiano, ha empezado a captar consumidores del mainstream. Por ello es importante regular el origen del chocolate de taza Cusco, Cuzco o Tipo Cusco, de modo tal que solo se permita la exportación de chocolates de taza que usen un porcentaje de cacao nativo chuncho.

Otros productos derivados de cacao que se también se venden, si bien muy limitadamente en términos de valor, son la pulpa o baba de cacao y la cascarilla de cacao. En el caso de la cascarilla de cacao, que cuenta con subpartida arancelaria propia, la 180200, Perú se destaca como el principal proveedor de ese producto con USD 140 mil exportados en el 2024, monto que equivale al 71.3% de los USD 196,523 importados por Estados Unidos.

Por otro lado en el presente año, debido a las tarifas de reciprocidad establecidas por la administración del presidente Donald Trump, se han abierto algunas ventanas de oportunidad para los productos peruanos afectados con una tarifa de 10%, menor que la que reciben los productos de competidores directos como Indonesia y Malasia con 19% y Ghana con 15% que exportan a los EEUU mantequilla de cacao y cacao en polvo; y, 15% para Ghana y Costa de Marfil que exportan a los EEUU cacao en grano.

II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO

El estudio tendrá por objeto presentar el mercado de Estados Unidos para el cacao y sus derivados, el cual puede dividirse en 7 principales productos:

- Cacao en grano
- Nibs de cacao
- Licor de cacao
- Cacao en polvo
- Mantequilla de cacao
- Chocolate sin endulzar
- Chocolate endulzado
- Chocolates de boca
- Chocolate de taza
- Jarabe de chocolate

Todos ellos representan oportunidades para la oferta peruana, incluso para productos que Perú aun no oferta y podría desarrollar la oferta en pequeñas cantidades. Por ejemplo, el jarabe de chocolate o “Chocolate Syrup” que Perú exporta muy limitadamente a Estados Unidos, pese a que este país cuenta con un amplio mercado para este producto. De hecho, presentaciones premium con edulcorantes naturales como el yacón han empezado a exportarse y por lo mismo se buscará identificar importadores de este tipo de jarabes. Jarabes endulzados con azúcar regular, enfrentan una fuerte competencia local y de otros países y además requieren alcanzar la cuota para evitar el arancel de cuota aplicable al azúcar.

Para el desarrollo del estudio, de acuerdo con lo requerido por PROMPERU se han considerado las partidas arancelarias listadas en los términos de referencia. Se ha podido determinar, que en algunos casos Perú tiene más aperturas, por ejemplo, en las partidas 1801 y 1804; y en el caso de los productos procesados Estados Unidos tiene más aperturas, como es el caso de las subpartidas 180620, 180631, 180632 y 180690. Para efectos estadísticos del estudio, se usaron las partidas arancelarias de los Estados Unidos, considerando que se utilizaron fuentes estadísticas del US International Trade Commission.

En el Cuadro 3.2.1 se incluyen las partidas arancelarias peruanas y en el cuadro 3.2.2. se presentan las partidas arancelarias de los Estados Unidos que son equivalentes.

III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.1 Descripción del producto

Como antes se indicó el cacao y sus derivados pueden dividirse en los siguientes 7 subgrupos de productos:

- Cacao en grano, en inglés conocido como “cocoa Beans”. - granos de cacao luego de su cosecha, maceración y secado.
- Nibs de cacao. - Son pequeños trozos de granos de cacao fragmentados, que tienen un sabor amargo y a chocolate. Se producen a partir de granos de cacao tostados y trozados para producir pequeños trozos oscuros o cacao nibs.

- Los nibs están cargados de nutrientes y potentes compuestos vegetales que han demostrado beneficios para la salud de muchas maneras.
- Licor de cacao, en inglés conocido como “cocoa liquor”. - Masa pura de cacao tostado que contiene tanto los componentes grasos y sólidos. Se comercializa en gotas solidificadas.
- Cacao en polvo, en inglés conocido como “cocoa powder”. - es la masa sólida y molida, resultante de la extracción de la manteca de cacao de la molienda de los granos tostados de cacao en estado líquido.
- Manteca de Cacao, en inglés conocido como “cocoa butter”. - la grasa vegetal extraída de la molienda de los granos de cacao tostados en estado líquido. También es conocida comercialmente como “cocoa fat”.
- Chocolate sin endulzar. - es un producto que contiene cacao (generalmente en forma de pasta, polvo o manteca de cacao) sin mezclar con un edulcorante, como azúcar, miel u otros sustitutos de azúcar. Es también conocido como chocolate industrial.
- Chocolate endulzado. - es un producto que contiene cacao tostado (generalmente en forma de pasta, polvo o manteca de cacao) mezclado con un edulcorante, como azúcar, miel u otros sustitutos de azúcar, para darle un sabor dulce. Es también conocido como chocolate industrial dulce.
- Productos de chocolatería de boca. – comprenden las diferentes presentaciones del chocolate elaboradas a partir de cacao, manteca de cacao y otros ingredientes como azúcar o leche para consumo como golosina entre las que destacan las barras de chocolate, trufas y bombones. Distintos a caramelos y dulces en los que el chocolate es un saborizante antes que el componente principal.
- Chocolate de taza. – Chocolates y pastas de chocolate para preparación de chocolate líquido y caliente, que se prepara mezclado con agua o con leches.
- Jarabe de chocolate. - conocido como “chocolate syrup”. - es una preparación líquida, dulce y viscosa, elaborada en base a cacao (o derivados como cocoa o chocolate) y edulcorantes (como azúcar, jarabes o endulzantes artificiales). Se usa para dar sabor, cobertura o decoración de postres y bebidas como helados, cafés, batidos o chocolate caliente.

3.2 Partida arancelaria

Para efectos del presente estudio se usarán las partidas arancelarias del arancel de los Estados Unidos, los que están listados en el cuadro 3 y reflejan sus equivalencias.

Cuadro N° 3.2.1
PERU: PARTIDA ARANCELARIA

Partida Arancelaria	Descripción
1801001900	Cacao en grano, entero o partido, crudo
1804001100	Manteca de cacao con un índice de acidez
1804001200	Manteca de cacao con un índice de acidez
1801002000	Cacao en grano, entero o partido, tostado
1804001300	Manteca de cacao con un índice de acidez
1803100000	Pasta de cacao sin desgrasar
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otros edulcorantes
1802000000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao
1803200000 - 1806310000	Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente, chocolates en bloque
1806320000	Chocolates en bloque
1806900000	Demás chocolates y preparaciones
1806209000	Las demás preparaciones

Fuente: SUNAT

Cuadro N° 3.2.2
ESTADOS UNIDOS: PARTIDAS ARANCELARIAS

Partida Arancelaria	Descripción
1801000000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
1802000000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao
1803100000	Pasta de cacao sin desgrasar
1803200000	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada
1804000000	Manteca, grasa y aceite de cacao
1805000000	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido
1806202010	Chocolate en bloques, placas o barras con un peso igual o superior a 4,5 kg cada uno, sin masa láctea ni otros sólidos lácteos
1806202090	Chocolate en bloques, placas o barras con un peso igual o superior a 4,5 kg cada uno, con masa láctea u otros sólidos lácteos
1806202400	Chocolate a granel (nesoi), con un contenido de masa láctea superior al 5,5 % en peso, descrito en nota adicional 2 de EEUU A este capítulo y provisional
1806205000	Chocolate, a granel (neoi), sin grasa metálica ni otros sólidos lácteos, nesoi
1806206000	Coberturas de repostería y otros productos (excepto confitería) que contengan no menos del 6.8% de sólidos de cacao, 15% o más de grasas vegetales, a granel
1806208300	Preparativos de cacao a granel (neoi) que contengan 65% o menos en peso de azúcar, productos lácteos descritos en la nota adicional 1 de EEUU A1 capítulo 4, nesoi
1806209900	Preparativos de cacao a granel (neoi) que contengan 65% o menos en peso de azúcar, nesoi
1806310041	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, confitería, en bloques, tabletas o barras con un peso inferior a 2 kg, rellenas, que contienen cacahuètes, mantequilla de cacahuete o pasta.
1806310049	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, productos de confitería, en bloques, tabletas o barras con un peso inferior a 2 kg, rellenas, no especificado.
1806310080	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, en bloques, tabletas o barras con un peso inferior a 2 kg, rellenas, excepto productos de confitería.
1806320800	Chocolate, en bloques, tabletas o barras con un peso inferior a 2 kg, sin rellenar, con un contenido superior al 5,5 % en peso de grasa butírica, no especificado.
1806323000	Chocolate, en bloques, tabletas o barras con un peso inferior a 2 kg, sin rellenar, sin acondicionar para la venta al por menor. No especificado
1806329000	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, no especificado, excepto rellenas
1806905900	Preparativos de cacao no especific. sin granel, no para la venta al por menor, artículos que contienen un 10 % de azúcar descrito en la nota adicional 8 del capítulo 17
1906909011	Preparativos de cacao, no especific., sin acondicionar para la venta al por menor, confitería, que contengan cacahuètes, manteca de cacahuete o pasta de cacahuete
1806909019	Preparativos de cacao, no especificado, sin acondicionar para la venta al por menor, confitería
1806909090	Preparativos de cacao, no especificado, sin acondicionar para la venta al por menor

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

3.3 Oferta Exportable Perú

3.3.1 Producción nacional Perú

Según cifras oficiales publicadas por el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) a través del Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias (SIEA), la producción nacional de cacao en Perú alcanzó un volumen de aproximadamente 166,198 toneladas en el año 2023, la producción experimentó una disminución. Para el año 2024, la producción continuó con esta tendencia descendente, estimándose en 157,000 toneladas, reflejando una tasa de crecimiento negativa acumulada de aproximadamente -5% respecto al 2023.

Del total producido, se estima que el 85% se destina a la exportación, ya sea en forma de grano o como derivados (manteca, pasta o chocolate), mientras que el 15% se orienta al consumo interno. A nivel regional, las principales zonas productoras de cacao en Perú incluyen San Martín, Ucayali, Huánuco, Junín y Cusco, siendo San Martín la región con mayor participación, aportando cerca del 40% del total nacional en los últimos años.

Cabe señalar que factores como la presencia de plagas —particularmente el barrenador de la mazorca de cacao (*Conopomorpha cramerella*)—, enfermedades fúngicas y bacterianas, así como los impactos del cambio climático, han influido de forma significativa en los rendimientos, especialmente durante la campaña secundaria. Estos elementos han generado desafíos para los productores y una reducción progresiva en la productividad nacional del cultivo.

Cuadro N° 3.3.1.1
PERÚ: PRODUCCIÓN NACIONAL DE CACAO, 2017 - 2021
 (Volumen Producción en Tn)

Región	2020	2021	2022	2023	2024	Part (%)	Var (%)	TCP (%)
						2024	24/23	24/20
Total	158,112.22	160,247.28	172,102.33	166,198.88	157,252.50	100.00%	-5%	-1%
Amazonas	5,051.76	5,213.90	6,606.68	5,123.89	4,846.90	3.08%	-5%	-4%
Ayacucho	5,634.00	6,857.00	6,633.00	3,155.00	3,498.00	2.22%	11%	-38%
Cajamarca	1,141.85	1,233.88	1,225.85	1,217.78	1,244.62	0.79%	2%	9%
Cusco	7,475.80	7,683.78	8,042.00	10,221.90	10,908.50	6.94%	7%	46%
Huánuco	14,395.00	15,958.00	16,602.00	16,948.00	17,132.00	10.89%	1%	19%
Junín	27,536.30	29,774.17	31,860.05	33,542.24	35,296.83	22.45%	5%	28%
La Libertad	32.92	30.15	33.25	31.27	32.21	0.02%	3%	-2%
Lambayeque	98.50	61.40	38.00	20.90	50.80	0.03%	143%	-48%
Loreto	929.70	990.90	1,096.60	1,257.20	1,373.30	0.87%	9%	48%
Madre de Dios	1,234.72	1,496.79	1,485.02	1,983.94	2,099.82	1.34%	6%	70%
Pasco	4,033.49	4,706.54	4,857.69	5,105.08	5,128.35	3.26%	0%	27%
Piura	1,288.00	1,486.00	2,177.00	1,789.00	2,729.00	1.74%	53%	112%
Puno	675.00	750.10	726.00	725.70	750.30	0.48%	3%	11%
San Martín	66,047.44	63,139.71	66,456.50	65,118.80	63,033.48	40.08%	-3%	-5%
Tumbes	832.46	818.84	1,538.68	1,071.56	1,076.92	0.68%	1%	29%
Ucayali	21,705.29	20,046.43	22,724.02	18,886.62	8,051.48	5.12%	-57%	-63%

Fuente: SIEA - MIDAGRI

Elaboración: AIBD LLC

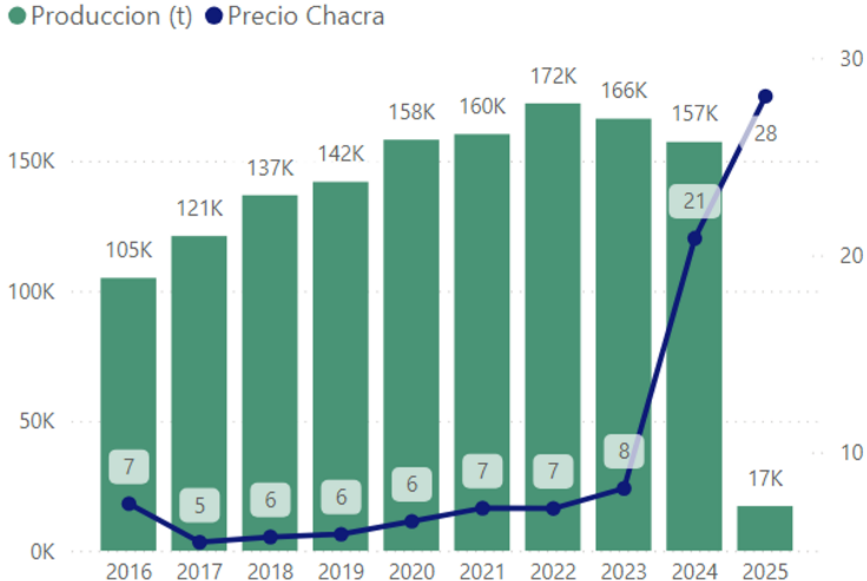
De acuerdo con las cifras publicadas por MIDAGRI en su página web SIEA, en el año 2022, la producción peruana de cacao se estimó en 172,000 toneladas, en el 2023 fue de 166,735 toneladas y en el 2024 fue

de 157 mil toneladas, con un 85% destinado a la exportación (en granos y derivados como manteca de cacao, pasta o chocolate) y un 15% para consumo local.

Factores como plagas (por ejemplo, el barrenador de la mazorca de cacao), otras enfermedades, y el cambio climático pueden afectar los rendimientos estacionales, especialmente en la cosecha secundaria.

Gráfico N° 3.3.1

PERU: PRODUCCION ANUAL DE CACAO
(Toneladas y precio en chacra soles/kg)



Fuente y elaboración: MIDAGRI-SIEA

En el Perú existen múltiples variedades de cacao agrupados en grupos genéticos o germoplásmicos naturales y/o artificiales al que pertenecen los cultivares de cacao, están de acuerdo con la clasificación utilizada por MINAGRI y propuesta por Lachenaud, en 1997:

- a. Criollo,
- b. Forastero del Alto Amazonas o Amazonas,
- c. Forastero del Bajo Amazonas o Guyanas, y
- d. Nacional.
- e. Un quinto grupo genético (artificial), corresponde a los cultivares Trinitarios.

En el cuadro 3.3.1.1 se resume la distribución de estos grupos genéticos en términos porcentuales a nivel nacional (2011), de manera que un 44% de las áreas corresponden al cacao fino (variedades criollo y nativos), es decir 37,119 hectáreas; mientras que el cacao común o corriente, que está conformado por los grupos genéticos CCN-51 (hibrido), corresponde al 53,6% de los cultivos con 45,445 hectáreas; y el grupo Trinitario y Forastero, con el 2,2% (1,855 hectáreas), ambos grupos (corrientes) suman un total de 47,300 hectáreas (56% del total).

Cuadro N° 3.3.1.2

PERU: DISTRIBUCION DE CULTIVARES DE CACAO, CUATRO GRUPOS GENERICOS
(Hectáreas en 2011)

Total Nacional	Cacao Fino	Cacao Común o Corriente
----------------	------------	-------------------------

Producción	%	Criollo Nativos	%	CCN-51	%	Trinitario + Forastero	%
84,737	100%	37,119	44%	45,445	53.60%	1,855	2.20%

Fuente: Catálogo de Cultivares de Cacao del Perú/MINAGRI/DEVIDA/junio 2014

Elaboración: MIDAGRI-DGPA-DEEIA

En el Perú se introdujo la variedad CCN-51, debido a su productividad y rentabilidad económica, en el marco de programas de apoyo a la sustitución de cultivos de la hoja de coca. Otra variedad, aromática, también introducida es el “Cacao de Oro” para rescatar la calidad organoléptica y el origen genético del cacao peruano.

Según MIDAGRI la región San Martín es la que presenta mayor área de cultivos de cacao: 28,984 hectáreas (34% del total). De esta, el 90% son plantaciones de cacao de la variedad CCN-51 (26,086 hectáreas) y un 8% de la variedad Criollo y Nativo (2,139 hectáreas). Le sigue en importancia la región Cusco con 21,740 hectáreas (25,6% del total), con 60% de plantaciones de cacao Criollo y Nativo (13,044 hectáreas) y 8,261 hectáreas de cacao CCN-51 (38%). Asimismo, la región Junín con 9,356 hectáreas de cacao (11% del total), posee el 65% de plantaciones de la variedad Criollo y Nativo (6,081 hectáreas) y el 33% de la variedad CCN-51 (3,087 hectáreas). Otras regiones con importantes plantaciones de cacao de las variedades Criollo y Nativo son Ayacucho (6,149) y Amazonas (4,459) hectáreas respectivamente.

Imagen N° 3.3.1.1

PERU: MAPA DE DISTRIBUCION DE LA PRODUCCION POR REGIONES



Fuente: MIDAGRI-SIEA

3.3.2 Estacionalidad en Perú

La estacionalidad del cacao influye directamente en la disponibilidad de materia prima para productos derivados. Durante la cosecha principal, hay mayor oferta de granos de cacao, lo que puede estabilizar los precios y facilitar la producción de productos derivados.

La producción de cacao en el Perú presenta una marcada estacionalidad, con dos temporadas principales de cosecha, determinadas por las condiciones climáticas y la ubicación geográfica de las regiones productoras. La cosecha principal o grande se desarrolla entre los meses de abril a agosto, periodo durante el cual se concentra entre el 70% y 80% de la producción anual. Esta etapa coincide con el final de la temporada de lluvias, cuyas condiciones favorecen el desarrollo y maduración de los frutos. Las principales regiones productoras durante esta temporada son San Martín, Junín, Ucayali, Huánuco y Cusco, seguidas en menor escala por Amazonas y Ayacucho.

Cuadro N° 3.3.2
PERÚ: ESTACIONALIDAD MENSUAL DEL CACAO, 2024
 (Volumen Producción en Tn)

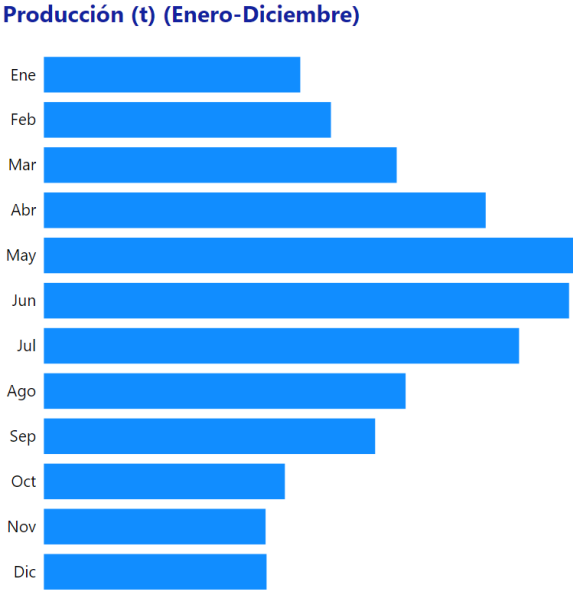
Región	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Total	9,496.40	10,630.87	13,065.90	16,360.35	19,608.36	19,446.49	17,505.97	13,395.52	12,267.76	8,925.76	8,211.37	8,247.75	157,162.50
San Martín	4,415.90	4,926.00	5,840.50	7,548.50	8,839.85	7,785.03	6,627.10	4,225.50	3,955.30	2,978.00	3,024.30	2,867.50	63,033.48
Junín	733.11	1,049.61	3,012.06	4,163.34	4,779.72	5,489.06	5,359.42	3,369.17	2,743.00	1,951.35	1,335.60	1,311.41	35,296.85
Huánuco	1,319.00	1,389.00	1,466.00	1,544.00	1,715.50	1,652.50	1,667.00	1,428.00	1,322.00	1,236.00	1,211.70	1,181.30	17,132.00
Cusco	1,525.00	1,816.50	1,194.00	1,257.00	1,883.50	1,277.00	83.00	15.00	148.00	162.00	720.50	827.00	10,908.50
Ucayali	102.89	70.42	39.18	26.61	128.49	545.63	944.23	2,017.47	2,079.96	1,288.75	532.66	275.19	8,051.48
Pasco	397.17	382.09	399.40	432.27	504.58	567.85	484.37	462.52	421.82	387.10	360.81	328.37	5,128.35
Amazonas	441.42	430.40	411.43	401.63	384.83	389.99	444.74	395.22	371.29	342.13	403.38	430.44	4,846.90
Ayacucho	0.00	0.00	16.00	256.00	445.00	626.00	969.00	614.00	567.00	5.00	0.00	0.00	3,498.00
Piura	239.00	192.00	219.00	240.00	345.00	398.00	237.00	182.00	180.00	71.00	81.00	345.00	2,729.00
Madre de Dios	65.29	80.84	141.85	172.30	290.90	317.05	350.45	319.49	162.65	96.00	53.50	49.50	2,099.82
Loreto	78.00	87.00	59.00	32.00	20.00	8.00	21.00	106.00	138.50	166.40	218.20	439.20	1,373.30
Cajamarca	106.27	122.23	192.47	193.59	115.95	99.68	58.18	34.26	40.64	82.94	98.62	99.50	1,244.33
Tumbes	73.36	83.74	66.41	69.41	59.72	60.26	51.49	67.69	137.61	159.08	154.81	93.35	1,076.93
Puno	0.00	0.00	0.00	5.00	77.10	221.50	294.00	152.70	0.00	0.00	0.00	0.00	750.30
Lambayeque	0.00	0.00	2.50	6.70	9.10	5.00	5.00	6.50	0.00	0.00	0.00	0.00	34.80
La Libertad	0.00	1.03	6.10	12.01	9.13	3.94	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	32.21

Fuente: SIEA - MIDAGRI
 Elaboración: AIBD LLC

La producción nacional de cacao en el Perú presenta una marcada estacionalidad, con dos picos claramente definidos: una cosecha principal entre abril y agosto, que concentra el 55% del total anual (86,316.69 toneladas), con los meses de mayor producción en mayo (19,608.36 t), junio (19,446.49 t) y julio (17,505.97 t); y una cosecha secundaria entre octubre y noviembre, que representa solo el 11% (17,137.13 toneladas). Las regiones que más destacan durante la cosecha principal son San Martín, que aporta casi el 40% de la producción nacional con su punto máximo en mayo y junio; Junín, que concentra su mayor volumen entre abril y julio; y Huánuco y Cusco, con producciones constantes en ese periodo. Sin embargo, el comportamiento de la producción ha variado en los últimos años debido al cambio climático, evidenciando que meses como febrero (10,630.87 t), marzo (13,065.90 t) y setiembre (12,267.76 t) han superado en volumen a octubre y noviembre. Además, se observan diferencias regionales: San Martín lidera la

producción anual con una clara concentración entre abril y junio; Junín mantiene una producción más regular, pero con un pico entre abril y julio; Ucayali muestra un patrón atípico con crecimiento sostenido entre junio y setiembre, alcanzando su punto máximo en setiembre (2,079.96 t); mientras que Cusco, tras un descenso en julio y agosto, destaca por su producción en enero, febrero y mayo.

Gráfico N° 3.3.1.2
PERU: ESTACIONALIDAD DE PRODUCCION DE CACAO EN GRANO
 (Toneladas y precio en chacra soles/kg)



Fuente: MIDAGRI-SIEA

3.3.3 Exportaciones de Perú

Según cifras publicadas por Trademap, en el 2024 Perú ha exportado a todo el mundo, cacao y derivados, por la suma de USD 1,280 millones de dólares, destacándose el cacao en grano sin tostar por USD 739 millones, seguido de mantequilla de cacao de la subpartida 180400 por USD 272 millones, cacao en polvo por USD 63 millones, cacao en grano tostado por USD 55 millones, pasta de cacao sin desgrasar por USD 53 millones, y chocolate y preparaciones alimenticias con cacao por USD 31 millones, entre otros productos.

Cuadro N° 3.3.3.1
PERU: EXPORTACIONES AL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS
 (FOB en miles de USD)

Partida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		273,437	300,599	334,027	431,789	1,280,824	196.6%	47.1%
1801001900	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado: crudo: los demás	127,585	147,985	158,604	219,481	739,956	237.1%	55.2%
1804001300	Manteca, grasa y aceite de cacao: manteca de cacao: con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1.65%	12,198	18,172	17,035	14,042	123,606	780.3%	78.4%
1804001200	Manteca, grasa y aceite de cacao: manteca de cacao: con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%	36,722	41,138	22,792	41,045	85,055	107.2%	23.4%
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	21,077	22,627	31,464	30,957	63,449	105.0%	31.7%
1804001100	Manteca, grasa y aceite de cacao: manteca de cacao: con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%	16,957	14,698	21,858	15,883	63,417	299.3%	39.1%
1801002000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	17,425	6,730	3,768	5,501	55,533	909.5%	33.6%
1803100000	Pasta de cacao, sin desgrasar	13,220	11,095	9,950	14,711	53,661	264.8%	41.9%
1806900000	Demas chocolate y preparaciones alimenticias que contengan cacao	19,350	25,494	31,524	21,258	30,989	45.8%	12.5%
1803200000	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	2,002	4,523	14,871	4,454	25,249	466.9%	88.4%
1806209000	Prep. De cacao, en bloques, tabletas o barras, peso>2 kg, con azúcar o edulcorantes	1,054	1,460	6,656	17,142	19,506	13.8%	107.4%
1806320000	Chocolates y sus preparac. En bloques. Tabletas o barras, sin rellenar	3,606	5,083	12,018	32,700	11,738	-64.1%	34.3%
1806310000	Chocolates y demas preparac. Con cacao, en bloques, tabletas o barras, rellenos	1,064	863	2,123	13,294	5,536	-58.4%	51.0%
1802000000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.	82	395	934	1,079	1,592	47.5%	109.9%
1804002000	Manteca, grasa y aceite de cacao: grasa y aceite de cacao	36	0	14	91	701	670.3%	110.1%
1806100000	Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	300	202	193	150	594	296.0%	18.6%
1801001100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado: crudo: para siembra	737	0	4	0	241	NA	-24.4%
1806201000	Preparaciones, bien en bloques o barras con peso > a 2 kg, sin azúcar o edulcorantes	22	134	219	1	1	0.0%	-53.8%

Fuente: Trade Map

Elaboración propia

Entre los años 2020 y 2024, las exportaciones peruanas de cacao y sus derivados mostraron un crecimiento significativo en términos de volumen, lideradas por el cacao en grano crudo o tostado (Partida 1801009000), que registró un incremento del 103.1%. Este crecimiento evidencia la consolidación del Perú como proveedor internacional de cacao en estado primario. Asimismo, se observa una expansión destacada en productos con mayor valor agregado, como la pasta de cacao sin desgrasar y el chocolate en bloques de más de 2 kg, cuyas exportaciones crecieron más del 400%, aunque aún representan volúmenes relativamente menores. No obstante, productos como la manteca de cacao con bajo índice de acidez presentaron una leve caída del -7.1%, lo que podría reflejar desafíos en competitividad o demanda internacional para este derivado.

Cuadro N° 3.3.3.2
PERU: EXPORTACIONES AL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS
(En miles de kilogramos)

Partida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var% 24/23	TCP % 24/20
1801001900	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado: Crudo: Los demás	47,559	55,867	64,745	70,203	96,578	37.6%	19.4%
1805000000	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante	8,129	7,255	9,757	8,814	11,961	35.7%	10.1%
1804001300	Manteca, grasa y aceite de cacao: Manteca de cacao: Con un índice de acidez expresado en ácido ...	2,211	3,684	3,742	2,597	8,865	241.3%	41.5%
1804001200	Manteca, grasa y aceite de cacao: Manteca de cacao: Con un índice de acidez expresado en ácido ...	6,971	9,226	4,977	7,683	6,477	-15.7%	-1.8%
1801002000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.: Tostado	5,855	1,758	740	1,069	5,989	460.5%	0.6%
1803100000	Pasta de cacao, sin desgrasar	3,019	2,418	2,049	2,892	5,628	94.6%	16.8%
1803200000	Pasta de cacao, desgrasada total o parcialmente	953	1,341	4,933	1,012	5,209	414.8%	52.9%
1806900000	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en recipientes o envases ...	3,247	4,610	5,636	3,758	4,298	14.4%	7.3%
1802000000	Cáscara, películas y demás residuos de cacao.	371	1,325	3,366	3,646	4,228	16.0%	83.8%
1804001100	Manteca, grasa y aceite de cacao: Manteca de cacao: Con un índice de acidez expresado en ácido ...	2,812	2,322	4,374	2,605	4,105	57.6%	9.9%
1806209000	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, bien en bloques o barras ...	282	392	1,303	3,094	2,896	-6.4%	79.0%
1806320000	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, ...	714	1,086	1,654	4,048	2,668	-34.1%	39.1%
1806310000	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras	296	282	469	1,525	1,451	-4.8%	48.8%
1806100000	Cacao en polvo con adición de azúcar ni otro edulcorante	46	40	23	27	85	215.2%	16.3%
1804002000	Manteca, grasa y aceite de cacao: Grasa y aceite de cacao	5	-	2	13	31	144.9%	57.4%
1801001100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado: Crudo: Para siembra	270	-	0.83	-	24	NA	-45.6%
1806201000	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, bien en bloques o barras	4	33	59	0.25	0.125	-50.0%	-57.9%

Fuente: Trade Map
Elaboración propia

Cuadro N° 3.3.3.3
PERU: EXPORTACIONES DE CACAO Y DERIVADOS A LOS ESTADOS UNIDOS
(Valor FOB en miles de USD)

Partida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		73,630	67,410	82,300	77,725	231,335	197.6%	33.1%
1804000000	Manteca, grasa y aceite de cacao	27,206	30,166	39,495	19,124	138,480	624.1%	50.2%
1801000000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	21,874	16,282	11,256	6,745	57,569	753.4%	27.4%
1805000000	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	3,976	3,239	3,318	4,208	8,736	107.6%	21.8%
1806909019	Preparativos de cacao, sin acondicionar para la venta al por menor, confitería	3,388	5,081	12,197	4,721	8,627	82.8%	26.3%
1806323000	Chocolate, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar, sin acondicionar para la venta al por menor ...	3,337	1,479	5,967	30,875	4,687	-84.8%	8.9%
1806909090	Preparaciones de cacao, no especificadas en otra parte, sin acondicionar para la venta al por menor, no especificadas en otra parte	3,612	4,254	4,109	6,326	4,548	-28.1%	5.9%
1803100000	Pasta de cacao, sin desgrasar	7,745	3,467	1,098	1,012	2,549	151.9%	-24.3%
1806205000	Chocolate, a granel, no especificado en otra parte, sin grasa butírica ni otros sólidos lácteos, no especificado en otra parte	1,588	1,716	2,898	2,166	2,537	17.1%	12.4%
1806310041	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, barras de cacao rellenas de 2 kg o menos, que contienen cacahuets, mantequilla o pasta de cacahuete.	21	15	7	8	1,996	23616.2%	210.9%

1806329000	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, en bloques, tabletas o barras de 2 kg o menos, excepto rellenos.	283	649	713	321	960	198.7%	35.7%
1806202010	Chocolate en bloques, tabletas o barras de 4,5 kg o más cada uno, que no contiene grasa butírica ni otros sólidos lácteos.	9	495	388	617	267	-56.7%	130.5%
1802000000	Cáscaras, cascarilla, película y demás residuos de cacao.	98	69	7	10	140	1267.4%	9.3%
1803200000	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada.	6	164	228	117	103	-12.1%	101.7%
1806209900	Preparaciones de cacao a granel, que contienen 65 % o menos de azúcar en peso.	7	120	53	124	47	-61.9%	59.5%
1806909011	Preparaciones de cacao, sin acondicionar para la venta al por menor, productos de confitería, que contienen cacahuetes. Mantequilla o pasta de cacahuete	51	112	45	64	44	-31.2%	-3.4%
1806310080	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, rellenas, excepto confitería	14	21	278	0	27	NA	19.1%
1806310049	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, confitería, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, rellenas, nesoi	9	33	7	1,004	5	-99.5%	-12.1%
1806206000	Coberturas de confitería y otros productos (excepto confitería) que contengan no menos del 6,8% de sólidos de cacao, 15% o más de grasas vegetales, a granel	310	-	-	147	5	-96.5%	-64%
1806101500	Cacao en polvo, endulzado, con un contenido inferior al 65% de azúcar en peso seco, nesoi	27	41	27	3	5	64.5%	-33.6%
1806320800	Chocolate, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg menos, sin rellenar, con un contenido de grasa letífica superior al 5,5% en peso, nesoi	3	-	-	-	3	NA	-5.5%
1806901000	Preparativos de cacao nesoi sin presentación a granel, no para la venta al por menor, descritos en la nota adicional 10 de EEUU Al capítulo 4 e inscritos en sus disposiciones	-	-	-	-	-	NA	NA
1806202090	Chocolate en bloques, placas o barras con un peso de 4,5 kg o más cada uno, que contengan grasa letífica u otros sólidos lácteos	-	-	145	132	-	NA	NA
1806905900	Preparativos de cacao nesoi sin presentación a granel, no para la venta al por menor, artículos que contienen 10% de azúcar descritos en la nota adicional 8 del capítulo 17	50	-	64	-	-	NA	-100%
1806101000	Descritos en la nota adicional 1 de EEUU A este capítulo e inscritos de conformidad con sus disposiciones: cacao en polvo, endulzado, con un contenido de 65% en peso de azúcar	-	7	-	-	-	NA	NA
1806905500	Preparativos de cacao, sin presentación a granel, sin venta al por menor, artículos que contengan 10% o más de azúcar, descritos en la nota adicional 8 de EEUU Del capítulo 17	14	-	-	-	-	NA	-100%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Cuadro N° 3.3.3.4
PERU: EXPORTACIONES DE CACAO Y DERIVADOS A LOS ESTADOS UNIDOS
(en miles de kilogramos)

Partida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
1804000000	Manteca, grasa y aceite de cacao	4,854	5,853	8,602	3,724	10,040	169.6%	19.9%
1801000000	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	7,790	5,467	3,561	1,576	6,892	337.3%	-3.0%
1805000000	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	887	746	769	924	1,619	75.2%	16.2%
1806909019	Preparativos de cacao, sin acondicionar para la venta al por menor, confitería	464	698	1,610	661	743	12.3%	12.5%
1806323000	Chocolate en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar, sin acondicionar para la venta al por menor	441	209	745	3,612	644	-82.2%	9.9%
1806310041	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, confitería en bloques, placas o barras de peso inferior o	2	2	2	2	481	20828.6%	318.6%

	igual a 2 kg, con relleno, contiene cacahuets, manteca o pasta de cacahuete								
1803100000	Pasta de cacao, sin desgrasar	1,769	781	218	206	464	125.5%	-28.4%	
1806205000	Chocolate a granel, sin contenido de grasa metálica ni otros sólidos lácteos, sin acondicionar	271	265	468	310	424	36.9%	11.8%	
1806909090	Cacao preparaciones, no especificadas, sin acondicionar para la venta al por menor, no especificadas	535	607	544	835	399	-52.2%	-7.0%	
1806329000	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contienen cacao, en bloques, tabletas o barras con un peso igual o inferior a 2 kg, no especificadas, excepto las rellenas	34	94	98	48	121	154.3%	37.4%	
1806202010	Chocolate en bloques, tabletas o barras con un peso igual o superior a 4,5 kg cada uno, sin grasa butírica ni otros sólidos lácteos	2	103	79	128	50	-60.7%	135.8%	
1803200000	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	7	60	50	13	33	158.2%	47.4%	
1802000000	Cáscaras, cascarilla, pieles y demás residuos de cacao	23	19	1,188	1	23	2221.3%	0.4%	
1806209900	Preparaciones de cacao a granel, no especificadas, con un contenido igual o inferior al 65 % en peso de azúcar, no especificadas	0.78	15	6	13	5	-64.1%	56.9%	
1806909011	Preparaciones de cacao, no especificadas, sin acondicionar para la venta al por menor, productos de confitería, que contienen cacahuets, mantequilla de cacahuete o cacahuets pasta	9	23	7	11	5	-55.6%	-14.8%	
1806310080	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, rellenos, excepto confitería	1	3	51	0	1,905	NA	11.6%	
1806310049	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, confitería, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, rellenos, nesoi	0.61	2	643	155	1,176	658.2%	17.7%	
1806101500	Cacao en polvo, endulzado, con un contenido inferior al 65% de azúcar en peso seco, nesoi	1	2	2	0.65	0.64	-1.2%	-17.7%	
1806206000	Coberturas de confitería y otros productos (excepto confitería) que contengan no menos del 6,8% de sólidos de cacao, 15% o más de grasas vegetales, a granel	43	0	0	38	0.45	-98.8%	-67.9%	
1806320800	Chocolate, en bloques, placas o barras de peso inferior o igual a 2 kg, sin relleno, que contenga más del 5,5% en peso de grasa de leche, nesoi	0.14	0	0	0	0.22	NA	12.3%	

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

En el 2024, Perú exportó al mundo USD 1,280 millones en cacao y derivados, y exportó a los Estados Unidos por un valor de USD 231 millones que equivale al 18.06% del total. El principal producto exportado por Perú al mundo son granos de cacao crudo, sin embargo, en el caso de Estados Unidos el principal producto exportado es mantequilla de cacao por USD 138 millones.

IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO DESTINO

4.1 Producción de cacao y derivados en Estados Unidos

Estados Unidos no cuenta con climas apropiados para el cultivo del cacao, y por ello su producción de cacao en grano es mínima. La planta de cacao requiere de climas propios de los trópicos con temperaturas que varían entre los 20 a 30 grados centígrados, alta humedad, lluvias permanentes y sombras. Como se sabe la mayor parte del territorio de los Estados Unidos no tienen esas condiciones, salvo Hawái, Puerto Rico, Florida y algunas partes de California. Hawái es el único estado de Estados Unidos con una producción comercial significativa de cacao debido a su clima tropical, especialmente en las islas de Oahu, Maui, Kauai y la Isla Grande (Hawái). Las zonas de cultivo se encuentran en áreas de baja altitud con suelos volcánicos ricos y lluvias abundantes.

La producción en Hawái se centra en cacao de alta calidad, a menudo destinado a chocolates artesanales y de especialidad. Marcas como Mānoa Chocolate y Hawaiian Host utilizan cacao local.

Existen aproximadamente 100 fincas de cacao en Hawái, con un área cultivada estimada de unas 500-600 hectáreas.

Puerto Rico: aunque Puerto Rico es un territorio de Estados Unidos y no un estado, es relevante mencionarlo porque tiene una producción de cacao en crecimiento. Las áreas de cultivo están en regiones como Manatí, San Sebastián y Mayagüez, donde el clima tropical es ideal.

La producción es pequeña, pero está aumentando debido a iniciativas para revitalizar la agricultura de cacao, enfocada en mercados de chocolate artesanal y sostenible.

Cantidad producida: La producción de cacao en Estados Unidos es extremadamente pequeña en comparación con países productores del África y América Latina. No hay datos oficiales consolidados a nivel nacional porque la producción es marginal y no se reporta de manera sistemática al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos o la FAO.

Hawái: Se estima que la producción anual de cacao en Hawái es de 50-100 toneladas métricas (en granos secos), aunque varía según el año y las condiciones climáticas. Esto representa menos del 0.01% de la producción mundial (aproximadamente 4.5 millones de toneladas en 2023/2024). En el caso de Puerto Rico se estima una producción anual de entre 10 a 20 toneladas anuales. Florida y California, cuentan con una producción marginal, experimental y en algunos casos en viveros.

4.2 Exportaciones de cacao y derivados en Estados Unidos

Las exportaciones estadounidenses al mundo de cacao y derivados están concentradas en chocolates y golosinas y otros derivados de cacao. Sus ventas internacionales están principalmente dirigidas a los mercados de Canadá y México, las cuales se han visto afectadas por la inestabilidad tarifaria, situación de la cual están tomando ventaja proveedores europeos que no pagan tarifas aduaneras cuando importan las materias primas que usan.

Los principales productos exportados por Estados Unidos son ciertamente derivados de cacao, destacando las preparaciones de cacao, chocolates, mantequilla de cacao y cocoa en polvo y cacao en pasta sin desgrasar.

Cuadro N° 4.2.1
ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES AL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS
(Valor exportado en miles de USD)

Subpartida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		1,537,826	1,817,243	1,860,637	1,896,348	2,363,765	24.6%	11.3%
180690	Preparaciones de cacao, sin presentación a granel, neesoi	802,091	982,887	983,251	992,117	1,115,646	12.5%	8.6%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	258,443	322,144	355,855	369,310	488,276	32.2%	17.2%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar	141,591	151,419	164,570	167,345	203,590	21.7%	9.5%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, rellenos	119,648	139,169	139,075	157,517	184,102	16.9%	11.4%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	72,935	79,088	76,780	70,200	178,704	154.6%	25.1%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	66,514	78,456	72,772	75,661	99,289	31.2%	10.5%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	53,898	32,736	31,240	30,049	55,293	84.0%	0.6%

180610	Cacao en polvo, con azúcar ni otro edulcorante añadido	20,697	29,121	34,234	31,539	31,931	1.2%	11.4%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	21,483	0	300,802	720	4,941	586.4%	289.4%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	1,397	1,877	1,869	1,638	1,724	5.2%	5.4%
180200	Cáscaras, pieles y demás residuos de cacao	590	346	689	252	269	6.8%	-17.8%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

En el mismo periodo, Estados Unidos aumentó sus exportaciones de productos con cacao, especialmente aquellos con mayor procesamiento, como las preparaciones de cacao a granel (Partida 180690) y los chocolates en bloques de más de 2 kg (180620), los cuales crecieron 56.1%. También se registró un aumento del 44.9% en la exportación de chocolates rellenos en barras de menos de 2 kg (180631), lo que confirma la tendencia hacia productos de mayor valor agregado. En contraste, algunas partidas como el cacao en polvo sin azúcar (180500) y las cáscaras y vainas de cacao (180200) mostraron disminuciones de -4.8% y -49.5%, respectivamente. Esto sugiere una estrategia comercial centrada en productos terminados con mayor valor percibido en el mercado internacional.

Cuadro N° 4.2.2

ESTADOS UNIDOS: EXPORTACIONES AL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS

(En miles de kilogramos)

Subpartida Arancelaria	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
180690	Preparaciones de cacao, sin presentación a granel, neesoi	138,120	157,928	157,099	150,143	170,452	13.5%	5.4%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	78,125	96,540	104,408	98,047	121,976	24.4%	11.8%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, rellenos	23,105	26,852	27,217	30,125	33,352	10.7%	9.6%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenos	22,062	22,788	24,404	25,669	32,330	26.0%	10.0%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	16,015	13,674	13,340	11,542	23,371	102.5%	9.9%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	23,223	23,703	19,589	19,548	22,108	13.1%	-1.2%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	14,138	7,298	7,177	6,534	10,314	57.9%	-7.6%
180610	Cacao en polvo, con azúcar ni otro edulcorante añadido	5,455	7,445	8,451	7,305	6,792	-7.0%	5.6%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	8	0	114	185	1,265	582.5%	257.2%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	885	970	933	1,058	1,154	9.1%	6.9%
180200	Cáscaras, pieles y demás residuos de cacao	526	282	651	229	266	16.1%	-15.7%

Fuentes: US International Trade Commission

Elaboración propia

4.3 Importaciones de Estados Unidos de cacao y derivados

Estados Unidos es el principal mercado del mundo para cacao y derivados, por ello países con oferta de cacao y derivados buscan vender a este país, que compran productos terminados, intermedios y materias primas.

Las más reconocidas marcas de chocolates del mundo abastecen los paladares de los consumidores estadounidenses, ya sea exportando a distribuidores o minoristas independientes o estableciendo sus subsidiarias en los Estados Unidos que manejan cadenas de puntos de venta. Empresas como Godiva de Bélgica, Ferrero de Italia, Lind & Spungli y Läderach de Suiza cuentan con puntos de venta dirigidas a los consumidores finales. Otras empresas atienden a la industria o al canal institucional como la suiza/belga Barry Callebaut y la francesa Valrhona entre otras.

Los principales productos importados por Estados Unidos son las preparaciones de cacao de la subpartida 180690, que en el 2024 ascendieron a USD 1,876 millones, chocolates y preparaciones con cacao de la subpartida 180620 por USD 1,429 millones, cacao en grano sin tostar por USD 1,114 millones, mantequilla de cacao por USD 1,075 millones, entre otros.

Destacan como proveedores de preparaciones de cacao de la subpartida 180690, Canadá, México, Polonia, Bélgica, Alemania, Italia, Francia y Suiza.

En el caso de los chocolate y preparaciones que contienen cacao en presentaciones a granel mayores a 2 kgs, clasificados en la subpartida 180620, los principales proveedores de Estados Unidos son Canadá, México, Bélgica, Irlanda, Costa de Marfil, Francia, Italia y Colombia.

En el caso de cacao en grano sin tostar, destaca Ecuador, seguido por Costa de Marfil, Republica Dominicana y Ghana. Perú aparece como el quinto mayor proveedor de los Estados Unidos, seguido de Nigeria.

Y para el caso de la mantequilla de cacao de la partida 180400 destacan como principales proveedores Indonesia y Malasia, seguidos por Perú que se destaca como el tercer mayor proveedor seguido por Brasil y Canadá.

En el capítulo 4.6. se detallan los principales proveedores de Estados Unidos agrupados por cada subpartida del capítulo 18.

Cuadro N° 4.3.1
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE EL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS
(Valor importado en miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		5,051,658	5,634,140	6,048,859	6,152,365	8,073,718	31.2%	12.4%
180690	Preparaciones de cacao, sin presentación a granel, neesoi	1,209,863	1,341,335	1,598,004	1,666,103	1,875,939	12.6%	11.6%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	818,006	836,707	930,264	954,466	1,429,530	49.8%	15.0%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	995,661	1,262,269	898,939	769,290	1,114,543	44.9%	2.9%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	562,300	531,198	582,627	555,981	1,075,143	93.4%	17.6%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar	492,370	589,539	667,099	755,876	938,136	24.1%	17.5%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, relleno	271,501	333,139	460,443	552,099	565,475	2.4%	20.1%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	258,152	311,525	381,652	370,277	434,145	17.2%	13.9%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	301,703	259,533	283,003	339,655	399,423	17.6%	7.3%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	107,725	128,370	206,840	183,862	234,986	27.8%	21.5%
180610	Cacao en polvo, con azúcar u otro edulcorante añadido	34,208	40,317	39,516	4,570	6,201	35.7%	-34.7%
180200	Cáscaras, películas y demás residuos de cacao	170	206	473	186	197	5.7%	3.7%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Durante el periodo analizado, las importaciones estadounidenses de cacao y derivados crecieron de forma sostenida, alcanzando los 8,073 millones de dólares en 2024, lo que representa un incremento del 59.8% respecto a 2020. Este aumento responde principalmente a la mayor demanda de productos con valor agregado, como el chocolate en bloques de más de 2 kg (180620), que creció 74.8%, y las preparaciones de cacao a granel (180690), con un alza del 55.1%. Cabe destacar el crecimiento notable de las importaciones de manteca de cacao (180400), con un 91.2%, y de chocolates rellenos (180631), con un 108.3%. En contraste, se evidencia una fuerte contracción en las importaciones de cacao en polvo con edulcorantes (180610), que cayeron -34.7%, lo que indica una evolución en las preferencias del consumidor hacia productos más naturales o sin aditivos.

Cuadro N° 4.3.2
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE EL MUNDO DE CACAO Y DERIVADOS
(En miles de kilogramos)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		1,391,875	1,532,455	1,513,165	1,338,927	1,264,929	-5.5%	-2.4%
180690	Preparaciones de cacao, sin presentación a granel, neesoi	232,627	238,680	262,538	256,131	264,830	3.4%	3.3%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, neesoi, en barras, bloques, placas u otras presentaciones a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	280,264	286,262	298,398	279,729	301,279	7.7%	1.8%
180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	377,049	471,442	343,286	269,073	198,174	-26.3%	-14.9%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	98,222	104,477	126,854	112,053	88,225	-21.3%	-2.6%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenar	79,318	93,575	103,257	106,372	123,705	16.3%	11.8%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, relleno	37,777	46,403	58,356	63,589	64,094	0.8%	14.1%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	100,446	109,945	111,245	103,457	96,431	-6.8%	-1.0%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	77,884	68,308	72,992	81,120	59,650	-26.5%	-6.5%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	53,809	56,287	82,499	65,151	66,989	2.8%	5.6%
180610	Cacao en polvo, con azúcar u otro edulcorante añadido	54,444	57,038	53,666	2,226	1,523	-31.6%	-59.1%
180200	Cáscaras, películas y demás residuos de cacao	35	38	74	26	30	13.3%	-4.1%

Fuentes: US International Trade Commission

Elaboración propia

4.4 Estacionalidad de las importaciones de cacao y derivados en Estados Unidos

La estacionalidad en las importaciones no es tan marcada, en el caso del cacao responde a la oferta de los productores, cuando estos cosechan. Sin embargo, en los últimos tres años los mayores volúmenes de importación de cacao en grano se dieron entre los meses febrero a abril. En el caso de los productos acabados estos se importaron en mayor medida entre los meses de agosto a octubre, en preparación a la temporada de ventas que en el caso de chocolates y golosinas con chocolates empiezan en Halloween seguido por el día de Acción de Gracias, Navidad y que incluso se extiende hasta el día de San Valentín.

Al igual que todas las industrias, la del cacao y sus derivados sufrió una disrupción por la pandemia, seguido por años de indulgencia de parte de los consumidores; y luego, en el caso específico de esta industria, por la reducción de las cosechas de cacao en Costa de Marfil y Ghana y la subsecuente volatilidad de los precios. Esta disrupción afectó la previsibilidad del mercado, incluso su temporalidad.

4.5 Importaciones de cacao y derivados de Estados Unidos desde Perú

Históricamente en 1990 las exportaciones totales de Perú fueron de USD 11.4 millones, compuesta casi íntegramente por manteca de cacao por USD 7.3 millones y pasta o licor de cacao por USD 3.3 millones. Las exportaciones peruanas a los Estados Unidos se mantuvieron sin variación notable hasta el 2007.

Incluso Perú, no exportaba cacao en granos hacia los Estados Unidos. Los registros históricos muestran algunas ventas en los años 1992, 1998 y 1999 por USD 300 mil, USD 19 mil y USD 54 mil respectivamente y recién en el año 2004 Perú empieza a exportar cacao en grano sin tostar de manera sostenida hasta el día de hoy.

En el 2004 Perú exportó a los Estados Unidos, un total de 40 toneladas de granos de cacao sin tostar por USD 62 mil, en el año 2020 le exportó 7,790 toneladas por USD 22 millones y en el 2024 le exportó 6,891 toneladas por USD 57 millones cifra que refleja la alta cotización del cacao durante el 2024.

Las volúmenes que actualmente Perú exporta a Estados Unidos son el resultado del empuje y profesionalismos de los agricultores y los empresarios peruanos; y también el sector público peruano, donde MIDAGRI, Produce y sobre todo MINCETUR y PROMPERU participaron desde sus respectivas competencias para ayudar, a los agricultores, a las asociaciones de productores, a las cooperativas y a los acopiadores, con temas relativos al control de plagas, mejora de la productividad, mejora en los procesos de beneficio y fermentación, venta ya sea a los acopiadores y a los exportadores. En el caso de los exportadores, PROMPERU los apoyó en el desarrollo de su oferta, promoción y exportación, presentándoles oportunidades para contactar importadores de cacao finos y regulares, ya sea en ferias o en ruedas de negocio especializadas.

Lejanos son los años en los cuales el cacao, cualquiera sea su variedad, al ser considerado un “commodity”, no recibía ningún apoyo en su promoción. Hoy en día, en el Perú, los cacao finos de aroma y sus derivados reciben amplio apoyo en toda su cadena productiva y de comercialización, y ello se refleja en las cifras de exportación a los Estados Unidos, en particular y al mundo en general.

Cuadro N° 4.5.1
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE PERU DE CACAO Y DERIVADOS
(Valor importado en miles de USD)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
Total		73,630	67,410	82,300	77,725	231,335	197.6%	33.1%
180100	Granos de cacao, enteros o partidos, crudos o tostados	21,874	16,282	11,256	6,745	57,569	753.4%	27.4%
180200	Cáscaras, cascarilla, pieles y demás residuos de cacao	98	69	7	10	140	1267.4%	9.3%
180310	Pasta de cacao sin desgrasar	7,745	3,467	1,098	1,012	2,549	151.9%	-24.3%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	6	164	228	117	103	-12.1%	101.7%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	27,206	30,166	39,495	19,124	138,480	624.1%	50.2%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	3,976	3,239	3,318	4,208	8,736	107.6%	21.8%
180610	Cacao en polvo, con azúcar u otro edulcorante añadido	27	48	27	3	5	64.5%	-33.6%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contienen cacao (excepto cacao), en barras, bloques, tabletas u otras formas a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	1,915	2,331	3,485	3,186	2,856	-10.4%	10.5%
80631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, rellenos	44	69	292	1,012	2,029	100.4%	160.6%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenos	3,624	2,128	6,680	31,196	5,649	-81.9%	11.7%
180690	Preparaciones de cacao, sin granel, nesoi	7,115	9,447	16,415	11,111	13,220	19.0%	16.7%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Cuadro N° 4.5.2
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DESDE PERU DE CACAO Y DERIVADOS
(En miles de kilogramos)

Subpartida	Descripción	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	17,141	14,949	16,865	12,282,598	21,946,772	78.7%	6.4%
180100	Granos de cacao, enteros o partidos, crudos o tostados	7,790	5,467	3,561	1,576	6,892	337.3%	-3%
180200	Cáscaras, cascarilla, pieles y demás residuos de cacao	23	19	1	1	23	2221.3%	0.4%
180310	Pasta de cacao sin desgrasar	1,769	781	218	206	464	125.5%	-28.4%
180320	Pasta de cacao, total o parcialmente desgrasada	7	60	50	13	33	158.2%	47.4%
180400	Manteca, grasa y aceite de cacao	4,854	5,853	8,602	3,724	10,040	169.6%	19.9%
180500	Cacao en polvo, sin azúcar ni otro edulcorante añadido	887	746	769	924	1,619	75.2%	16.2%
180610	Cacao en polvo, con azúcar u otro edulcorante añadido	1	2	2	0.6	0.6	-1.2%	-17.7%
180620	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contienen cacao (excepto cacao), en barras, bloques, tabletas u otras formas a granel en recipientes, etc. Con un contenido superior a 2 kg	316	383	587	515	480	-6.9%	11.0%
180631	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, rellenos	3	7	53	157	484	207.4%	245.2%
180632	Chocolate y otras preparaciones de cacao en bloques, placas o barras, con un peso inferior o igual a 2 kg, sin rellenos	475	303	843	3,660	765	-79.1%	12.6%
180690	Preparaciones de cacao, sin granel, nesoi	1,015	1,328	2,178	1,506	1,147	-23.9%	3.1%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

4.6 Análisis de la Competencia

En los siguientes cuadros se presentan los principales proveedores de los Estados Unidos de cada producto en base a las subpartidas. Se han considerado los primeros 30 proveedores para aquellas subpartidas con un número mayor de proveedores.

Estados Unidos importó más de USD 1,114 millones en granos de cacao en 2024, con un crecimiento moderado del 11.9 % respecto al 2020. Perú se posicionó como el quinto proveedor, con una participación creciente al pasar de USD 21.8 millones en 2020 a USD 57.6 millones en 2024, mostrando un aumento del 163.2 % y un crecimiento promedio del 27.4 % anual. Sin embargo, aún se encuentra por detrás de competidores como Ecuador, que duplicó sus exportaciones y se consolidó como el principal proveedor con USD 420.7 millones en 2024. También destaca la República Dominicana, que cuadruplicó su valor exportado hacia EEUU y refleja un creciente interés por cacao fino o de aroma. En cambio, países como Costa de Marfil y Ghana han mostrado una caída significativa en su participación, abriendo oportunidades para proveedores de origen latinoamericano y con enfoque en sostenibilidad y trazabilidad.

Cuadro N° 4.6.1
ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CACAO EN GRANO, SUBPARTIDA 180100
(En miles de USD)

N°	PAÍS	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	995,661	1,262,269	898,939	769,290	1,114,543	44.9%	2.9%
1	Ecuador	183,960	197,263	170,183	171,134	420,709	145.8%	23.0%
2	Costa de Marfil	505,814	748,592	448,300	361,070	332,852	-7.8%	-9.9%
3	República Dominicana	57,650	45,729	55,616	39,617	135,798	242.8%	23.9%
4	Ghana	139,269	134,631	139,198	146,715	124,728	-15.0%	-2.7%

5	Perú	21,874	16,282	11,256	6,745	57,569	753.4%	27.4%
6	Nigeria	11,847	51,552	16,335	9,655	21,791	125.7%	16.5%
	Los demás	75,247	68,218	58,051	34,353	21,096	-38.6%	-27.2%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Durante el período 2023-2024, el valor total de las importaciones estadounidenses de cáscara, cascarilla y otros desechos de cacao creció un 5.7%, con una tasa de crecimiento promedio anual (TCP) de apenas 3.7%, lo que indica una evolución modesta en el mercado. Sin embargo, Perú se posicionó como el principal proveedor en 2024, con USD 140,156, representando el 71.3% del total importado ese año y mostrando una recuperación significativa respecto a años anteriores. Aunque sus exportaciones se redujeron drásticamente en 2022, el crecimiento acumulado desde 2023 fue de 1267.4%, con una TCP destacable de 9.3%. En contraste, Ecuador, que dominó en 2022, perdió terreno de forma importante. La participación de nuevos actores como Madagascar y República Dominicana en 2024 indica una diversificación de la oferta, aunque en montos aún reducidos. Este escenario evidencia la oportunidad para Perú de consolidar su liderazgo en este nicho, especialmente si se mantienen políticas de valorización de subproductos del cacao.

Cuadro N° 4.6.2

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CASCARA, CASCARILLA Y OTROS DESECHOS DE CACAO, SUBPARTIA 180200

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	170	206	473	186	197	5.7%	3.7
1	Perú	98	69	7	10	140	1267.4%	9.3
2	Ecuador	26	107	441	79	39	-49.9%	11.1
3	Madagascar	0	0	0	0	8	NA	NA
4	República Dominicana	0	0	0	0	4	NA	NA
5	Francia	0	0	0	4	3	-30.3%	NA
6	Alemania	6	11	25	93	2	-97.6%	-22.2
7	Bélgica	3	0	0	0	0	NA	-100
8	República democrática del Congo	0	18	0	0	0	NA	NA
9	Honduras	37	0	0	0	0	NA	-100

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Entre 2023 y 2024, las importaciones de pasta de cacao sin desgrasar por parte de Estados Unidos crecieron un 17.6%, con una tasa de crecimiento promedio (TCP) del 7.3%. Costa de Marfil se consolidó como el principal proveedor, aunque su crecimiento fue moderado (13.7%). Destaca el fuerte crecimiento de Canadá (128.1%) y Camerún (1,779.9%), lo que evidencia una diversificación de proveedores. Perú, presentó un crecimiento del 151.9% en el periodo 2024/2023, lo que refleja fundamentalmente el mayor precio del producto, considerando que en términos de cantidad, el crecimiento fue sólo de 14.7%, de 253.7 toneladas a 291 toneladas. La TCP negativa (-24.3%) para el periodo 2024/2020, indica una pérdida significativa de la participación peruana. Ese decrecimiento se debe a que a partir del 2021 la importante empresa Hershey dejó de abastecerse desde Perú. Hasta el 2020 dicha empresa compraba más del 75% de las ventas peruanas de este producto.

Cuadro N° 4.6.3

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PASTA DE CACAO, SUBPARTIDA 180310
(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	301,703	259,533	283,003	339,655	399,423	17.6%	7.3%
1	Costa de Marfil	183,109	159,769	170,708	176,570	208,222	17.9%	3.3%
2	Canadá	15,480	20,158	28,787	29,803	67,970	128.1%	44.8%
3	Ecuador	44,744	31,874	33,335	59,528	49,097	-17.5%	2.3%
4	Ghana	36,807	35,693	35,081	40,134	39,503	-1.6%	1.8%
5	Camerún	0	0	571	690	12,972	1779.9%	NA
6	España	986	1,411	1,709	1,364	6,192	354.1%	58.3%
7	Nigeria	2,520	0	1,443	18,271	3,898	-78.7%	11.5%
8	Perú	7,745	3,467	1,098	1,012	2,549	151.9%	-24.3%
9	Alemania	0	403	1,433	2,326	2,000	-14.0%	NA
10	República Dominicana	30	78	503	834	1,497	79.5%	166.6%
	Los demás	10,283	6,680	8,335	9,123	5,524	-39.4%	-14.4%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

En el siguiente cuadro, se observa un crecimiento significativo en el total importado, representando un crecimiento de 27.8% en el periodo. Israel lidera el crecimiento con un aumento destacado del 372.5%, representando la mayor parte del incremento total, seguida por Ecuador, que registra un crecimiento de (209.1%) aunque desde valores iniciales bajos. En contraste, Indonesia muestra una caída marcada del 84.4%. Otros países africanos como Camerún también presentan incrementos importantes, mientras que proveedores latinoamericanos como Perú, México y Colombia mantienen volúmenes relativamente bajos, pero con variaciones mixtas.

Cuadro N° 4.6.4

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PASTA DE CACAO, SUBPARTIDA 180320
(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	107,725	128,370	206,840	183,862	234,986	27.8%	21.5%
1	Costa de Marfil	61,874	68,753	96,211	110,201	162,898	47.8%	27.4%
2	Camerún	19,280	20,360	30,220	22,868	35,005	53.1%	16.1%
3	Ghana	6,274	18,187	45,759	24,160	18,822	-22.1%	31.6%
4	Malasia	5,836	1,762	4,663	5,377	9,319	73.3%	12.4%
5	Brasil	409,945	1,720	1,608	1,390	3,579	157.5%	71.9%
6	Indonesia	12,737	8,998	23,171	17,263	2,690	-84.4%	-32.2%
7	Francia	911	625	282	1,522	1,290	-15.2%	9.1%
8	Israel	0	0	0	247	1,169	372.5%	NA
9	Perú	6	164	228	117	103	-12.1%	101.7%
10	México	0	0	410	316	53	-83.2%	NA
11	Colombia	37	70	54	75	48	-35.6%	7.0%
12	Ecuador	18	0	6	3	10	209.1%	-12.7%
	Los demás	344	7,732	4,229	323	0	-100.0%	-100.0%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

El cuadro refleja los principales proveedores de mantequilla de cacao a Estados Unidos entre 2023 y 2024, mostrando un aumento significativo del valor total importado, con un crecimiento del 93.4%. Indonesia y Malasia mantienen el liderazgo en volumen, aunque con crecimientos moderados del 46.0% y 70.9%, respectivamente. Perú destaca con un crecimiento muy pronunciado del 624% en términos de valor en USD, aunque también creció 207% en cantidades pasando de 3,606 toneladas exportadas en el 2023 a 11,084 toneladas exportadas en el 2024, consolidándose como un proveedor cada vez más relevante. India también presenta un notable incremento del 136.5%. Brasil y Canadá mantienen aportes importantes con crecimientos más modestos.

Cuadro N° 4.6.5.

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE MANTEQUILLA DE CACAO, SUBPARTIDA 180400

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	562,300	531,198	582,627	555,981	1,075,143	93.4%	17.6%
1	Indonesia	241,683	219,134	172,294	210,733	307,745	46.0%	6.2%
2	Malasia	165,105	123,329	160,314	161,114	275,275	70.9%	13.6%
3	Perú	27,206	30,166	39,495	19,124	138,480	624.1%	50.2%
4	India	23,675	28,983	30,270	37,597	88,928	136.5%	39.2%
5	Brasil	47,332	42,855	22,696	22,732	61,420	170.2%	6.7%
6	Canadá	20,474	19,068	21,957	23,770	44,254	86.2%	21.3%
	Los demás	36,825	67,662	135,601	80,912	159,043	96.6%	44.2%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

El cuadro presenta la evolución del valor de importación a Estados Unidos de cacao en polvo sin endulzar desde 2023 hasta 2024, evidenciando un crecimiento total del 17.2%. Los Países Bajos se mantienen como el principal proveedor, aunque con un aumento moderado del 25.6%. Francia, España y Alemania también muestran incrementos importantes, reflejando la fuerte presencia europea en este mercado. Destaca el crecimiento excepcional de México, con un aumento del 137.9%, pasando de una participación muy baja a convertirse en un proveedor relevante. Perú también muestra un crecimiento significativo del 107.6%, aunque desde valores menores en comparación con otros países.

Cuadro N° 4.6.6

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CACAO EN POLVO SIN ENDULZAR, SUBPARTIDA 180500

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	258,152	311,525	381,652	370,277	434,145	17.2%	13.9%
1	Países Bajos	141,634	176,363	219,974	186,139	233,788	25.6%	13.3%
2	Malasia	23,726	33,838	41,866	46,419	39,954	-13.9%	13.9%
3	Francia	22,246	27,776	32,399	26,219	37,853	44.4%	14.2%
4	España	21,182	22,271	29,166	34,197	35,412	3.6%	13.7%

5	Alemania	13,342	15,899	15,907	15,121	18,918	25.1%	9.1%
6	Ghana	12,928	15,955	16,656	32,703	14,279	-56.3%	2.5%
7	México	256	438	2,607	5,242	12,470	137.9%	164.2%
8	Brasil	6,766	6,635	10,616	8,492	12,441	46.5%	16.4%
9	Perú	3,976	3,239	3,318	4,208	8,736	107.6%	21.8%
	Los demás	12,096	9,113	9,143	11,535	20,293	75.9%	13.8%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

El cuadro muestra la evolución de las importaciones de cacao en polvo endulzado a Estados Unidos entre 2023 y 2024, con un crecimiento del 35.7% en el valor total, lo que indica una fuerte contracción del mercado. Turquía y Hong Kong registran crecimientos porcentuales impresionantes, pero a partir de valores muy bajos, mientras que Malasia y Japón muestran tendencias mixtas con caídas y recuperaciones parciales. Perú presenta un aumento del 64.5%, para el periodo 2024/2023, sin embargo muestra un decrecimiento de -33.6% en la TCP 2024/2020, reflejando las menores cantidades importadas desde Perú en el 2024, sólo 640 Kgs, frente a los 2,187 kgs importados desde Perú en el 2021.

Es importante notar que las cifras de importación bajo la subpartida 180610 reportadas por la aduana de los EEUU no guardan correlación a las exportaciones peruana por la misma subpartida 180610 reportadas por la aduana peruana, que para el 2024 reporta exportaciones de USD 50,619 por 8,524 kilogramos de cacao en polvo endulzado. Es muy probable que estos productos estén siendo importados en los EEUU usando otra partida arancelaria.

Cuadro N° 4.6.7
**ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CACAO EN POLVO ENDULZADO,
SUBPARTIDA 180610**
(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	34,208	40,317	39,516	4,570	6,201	35.7%	-34.7%
1	Turquía	10	31	21	550	1,727	214.2%	265.8%
2	Hong Kong	328	178	0	526	1,380	162.4%	43.2%
3	República Checa	0	0	0	0	743	NA	NA
4	Malasia	690	631	492	106	468	342.7%	-9.3%
5	Japón	105	95	319	314	226	-28.0%	21.3%
28	Perú	27	48	27	3	5	64.5%	-33.6%
	Los demás	33,048	39,335	38,657	3,071	1,651	-46.2%	-52.7%

Fuente: US International Trade Commission
Elaboración propia

El cuadro muestra que las importaciones de chocolates y otras preparaciones con cacao de más de 2 kg a Estados Unidos han crecido un 49.8% entre 2023 y 2024, alcanzando un valor de 1,429 millones de dólares. Canadá domina claramente el mercado, con un crecimiento del 67% y una participación mucho mayor que el resto de los países. Bélgica también muestra un incremento importante, reflejando una diversificación creciente de proveedores. Costa de Marfil, en contraste, presenta una caída del -3.4%, disminuyendo su participación. Perú, aunque con valores relativamente bajos frente a sus competidores, ha disminuido sus exportaciones en valores USD en -10.4% en el periodo 2024/2023 pasando de USD 3,186 en el 2023 a USD

2,856 en el 2024, reflejando una caída en los volúmenes exportados 479.5 toneladas en el 2024, 6.93% menos a las 515.3 toneladas exportadas en el 2023. Sin embargo, es importante notar que la la TCP% para el periodo 2024/2020 en toneladas fue de 11%.

Cuadro N° 4.6.8

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CHOCOLATES Y OTRAS PREPARACIONES CON CACAO, DE MAS DE 2 KGS, SUBPARTIDA 180620

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	818,006	836,707	930,264	954,466	1,429,530	49.8%	15.0%
1	Canadá	587,905	602,313	671,034	647,067	1,080,512	67.0%	16.4%
2	México	108,312	71,521	54,560	81,564	86,437	6.0%	-5.5%
3	Bélgica	41,855	61,398	58,483	67,168	82,317	22.6%	18.4%
4	Irlanda	29,652	28,970	31,898	47,980	45,469	-5.2%	11.3%
5	Costa de Marfil	11,996	18,937	39,877	40,689	39,299	-3.4%	34.5%
15	Perú	1,915	2,331	3,485	3,186	2,856	-10.4%	10.5%
	Los demás	38,286	53,568	74,411	69,998	95,496	36.4%	25.7%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Entre 2023 y 2024, las exportaciones de chocolates y preparaciones con cacao de 2 kg o menos hacia Estados Unidos crecieron significativamente, más que duplicándose en valor, pasando de 271.5 a 565.5 millones USD. Canadá se mantiene como el principal proveedor, seguido por países con crecimientos muy destacados como Italia y Perú, este último con un aumento porcentual muy alto (100.4%), aunque todavía con volúmenes modestos. Este crecimiento refleja una diversificación del mercado y oportunidades emergentes para nuevos exportadores.

Es importante notar, que en términos de volumen, en el 2020 Perú exportó 3.4 toneladas y en el 2024 llegó a exportar 484 toneladas. El crecimiento de las exportaciones peruanas a EEUU en el periodo 2024/2023 fue de 207.3% pasando de 157 toneladas en el 2023 a 484 toneladas en el 2024. La TCP% para el periodo 2024/2020 fue de 245.2%.

Cuadro N° 4.6.9

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE CHOCOLATE Y PREPARACIONES CON CACAO, DE 2 KGS O MENOS, SUBPARTIDA 180631

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	271,501	333,139	460,443	552,099	565,475	2.4%	20.1%
1	Canadá	195,130	231,624	297,189	328,112	365,309	11.3%	17.0%
2	Croacia	3,320	14,507	29,404	64,287	53,915	-16.1%	100.7%
3	Alemania	35,374	37,367	47,697	51,325	45,552	-11.2%	6.5%
4	México	5,141	6,282	30,375	36,934	26,600	-28.0%	50.8%
5	Italia	1,095	5,066	10,907	11,700	21,491	83.7%	110.5%
6	Malasia	7,277	7,684	9,356	8,458	5,724	-32.3%	-5.8%
15	Perú	44	69	292	1,012	2,029	100.4%	160.6%

	Los demás	24,119	30,541	35,222	50,271	44,855	-10.8%	16.8%
--	-----------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

Entre 2023 y 2024, las exportaciones de preparaciones de cacao sin rellenar, de 2 kg o menos, hacia Estados Unidos aumentaron un 24.1%, alcanzando un valor de 938.1 millones de USD. Canadá lidera como principal proveedor con un crecimiento del 38.2%, seguido por México, Suiza, Bélgica y Alemania, que también muestran incrementos significativos. Perú, aunque con un monto menor comparado con los principales proveedores, experimentó una disminución importante del -81.9% en el periodo 2024/2023 pasando de USD 31.1 millones en el 2023 a USD 5.6 millones en el 2024, lo que refleja también una disminución de las 3,659 toneladas exportadas en el 2023 a 765 toneladas en el 2024. Aun así, la TCP% para el periodo 2024/2020 fue de 11.7% en términos de valor y 12.6% en términos de peso.

Cuadro N° 4.6.10

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES Y PREPARACIONES DE CACAO, DE 2 KGS O MENOS, SIN RELLENAR, SUBPARTIDA 180632

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	492,370	589,539	667,099	755,876	938,136	24.1%	17.5%
1	Canadá	204,699	251,127	280,152	313,923	433,805	38.2%	20.7%
2	México	88,287	101,361	123,461	126,038	151,235	20.0%	14.4%
3	Suiza	41,059	45,187	48,678	54,103	72,662	34.3%	15.3%
4	Bélgica	33,661	39,292	48,852	53,391	68,087	27.5%	19.3%
5	Alemania	42,211	46,332	48,130	56,594	61,166	8.1%	9.7%
12	Perú	3,624	2,128	6,680	31,196	5,649	-81.9%	11.7%
	Los demás	78,830	104,112	111,147	120,631	145,532	20.6%	16.6%

Fuente: US International Trade Commission

Entre 2023 y 2024, las exportaciones de preparaciones con cacao en envases de menos de 2 kg hacia Estados Unidos aumentaron un 12.6%, alcanzando un valor de casi 1,876 millones de dólares. Canadá se mantiene como principal proveedor, con un crecimiento del 12.8%, seguido por México, Bélgica y Alemania, todos mostrando incrementos significativos. Perú, aunque con una participación menor, destacó con un aumento del 19% en el período 2024/2023 que paso de USD 11.1 millones exportados en el 2023 a USD 13.2 millones en el 2024, si bien en términos de peso pasó de 1,506 toneladas en el 2023 a 1,146 toneladas en el 2024, es decir -23.8%. Pese a las menores toneladas exportadas en el 2024, Perú pudo exportar más en términos de valor USD debido a los mejores precios. La TCP% para el periodo 2024/2020 en términos de peso creció en 3.1%.

Cuadro N° 4.6.11

ESTADOS UNIDOS: PRINCIPALES PROVEEDORES DE PREPARACIONES CON CACAO, EN ENVASES CON UN CONTENIDO MENOR A 2 KGS, SUBPARTIDA 180690

(En miles de USD)

N°	PAÍSES	2020	2021	2022	2023	2024	Var % 24/23	TCP % 24/20
	Total	1,209,863	1,341,335	1,598,004	1,666,103	1,875,939	12.6%	11.6%
1	Canadá	519,016	561,942	632,347	687,823	776,090	12.8%	10.6%
2	México	316,134	298,618	352,452	353,650	412,551	16.7%	6.9%
3	Polonia	59,568	84,223	121,852	124,638	117,541	-5.7%	18.5%
4	Bélgica	47,247	55,037	70,081	76,673	93,570	22.0%	18.6%
5	Alemania	54,549	59,735	64,503	74,562	75,510	1.3%	8.5%
15	Perú	7,115	9,447	16,415	11,111	13,220	19.0%	16.7%
	Los demás	206,233	272,333	340,354	337,644	387,457	14.8%	17.1%

Fuente: US International Trade Commission

Elaboración propia

4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales en Estados Unidos

A continuación, se presentan las principales empresas proveedoras de cacao y derivados. Se han incluido proveedores por 3 grupos de productos, toda vez que los proveedores exportan diversos productos.

En el caso de exportadores de granos de cacao, cuadro 25, estas empresas están ubicadas en países productores de cacao, principalmente en el África y América Latina. Destacan algunas subsidiarias basadas en los países productores, que exportan a sus contrapartes también subsidiarias o a sus principales, basadas en los Estados Unidos. Ej.: Barry Callebaut Ecuador, Olam Ecuador, Cargill West África, etc.

En el caso de los chocolates, cuadro 26, existen exportadores independientes vendiendo a sus clientes en los Estados Unidos, pero también es posible notar a las principales de empresas europeas exportando a sus subsidiarias en los Estados Unidos como IKEA de Suecia o Ferrero de Italia.

Entre los exportadores de productos intermedios, cuadro 4.6.1.1, destacan fabricantes de mantequilla de cacao de Indonesia y Malasia y subsidiarias de multinacionales junto a empresas brasileñas y las peruanas Exportadora Romex S.A. y Machu Picchu Foods SAC.

Cuadro N° 4.6.1.1

PRINCIPALES PROVEEDORES A ESTADOS UNIDOS DE GRANOS CACAO SIN TOSTAR, PERIODO 2024

(Kilogramos)

N°	Exportador	Embarques	Peso en Tons	Participación %
1	Cocoa Marketing Company	68	12,774.4	8.6%
2	Cocoa Marketing Company Gh Ltd	56	10,340.3	6.9%
3	Touton Negoce Cote D Ivoire	40	8,600.0	5.8%
4	Olam Ecuador S A	132	8,582.7	5.8%
5	Cocoa Marketing Comapny Ghana Lim	52	6,246.2	4.2%
6	Cyrian International	28	5,967.8	4.0%
7	Roig Agro Cacao Sa	45	5,377.2	3.6%
8	Sonemat	23	5,200.0	3.5%
9	Agroindustrias Arriba Del Ecuador	38	5,008.0	3.4%
10	Condor Specialty Coffee Sas Nit	37	4,692.0	3.2%
11	Africa Sourcing	22	4,454.0	3.0%
12	Barry Callebaut Negoce Sa	33	4,323.4	2.9%

13	Scoabia Coop Ca	16	3,935.5	2.6%
14	Societe De Valorization Du Cacao	17	3,750.0	2.5%
15	Barry Callebaut Ecuador S A	25	3,217.7	2.2%
16	Inmobiliaria Guangala S A	34	3,073.5	2.1%
17	Eco Kakao S A	35	2,854.4	1.9%
18	Plaza Coop Ca	7	2,600.0	1.7%
19	Sucden Ci	14	2,475.0	1.7%
20	Kiniden Commodities Sa	9	2,000.0	1.3%
21	Societe Awahus Services Sas	10	2,000.0	1.3%
22	Conacado Agroindustrial Sa	28	1,901.8	1.3%
23	Ecuador Kakao Processing Proecuakao S A	27	1,901.1	1.3%
24	Aromatic Cocoa Export S A	22	1,793.2	1.2%
25	Dominicao Srl	22	1,696.5	1.1%
26	O Usa N Ivoire Sa	24	1,684.3	1.1%
27	Cnek Cooperative Nouvel Esprit De K	11	1,665.9	1.1%
28	Coop Ca Ecapr	8	1,650.0	1.1%
29	Etablissements Novella	14	1,435.4	1.0%
30	Exportadora De Productos Agricolas Hidrovo Organic Exphiorganic S A	17	1,095.1	0.7%

Fuente: Veritrade

Elaboración propia

En 2024, el principal proveedor de chocolate en Estados Unidos por volumen fue Aachener Printen Und Schokoladenfa, con 49,454.3 toneladas y una participación del 17.8% del mercado. Le sigue Barry Callebaut Belgium Nv con 15,060.9 toneladas (5.4%) y luego otros proveedores como Sona Biscuits Limited (1.9%), Mondelez Europe Procurement Malahide (1.8%) y August Storck Kg (1.8%). El listado incluye 30 proveedores que abarcan desde grandes multinacionales europeas hasta compañías asiáticas, reflejando una diversidad importante en el origen de las importaciones de chocolate hacia Estados Unidos.

Cuadro N° 4.6.1.2

PRINCIPALES PROVEEDORES DE CHOCOLATE EN ESTADOS UNIDOS, 2024
(Kilogramos)

N°	Exportador	Embarques	Peso en Tons	Participación %
1	Aachener Printen Und Schokoladenfa	53	49,454.3	17.8%
2	Barry Callebaut Belgium Nv	887	15,060.9	5.4%
3	Sona Biscuits Limited	138	5,369.2	1.9%
4	Mondelez Europe Procurement Malahide	8	4,946.7	1.8%
5	August Storck Kg	394	4,910.4	1.8%
6	Miller Consup Gesellschaft Fuer	284	4,463.4	1.6%
7	Ferrero Trade Lux Sa	301	4,398.6	1.6%
8	Chocoladenfabriken Lindt & Spruengl	218	4,342.8	1.6%
9	Hofer Kommanditgesellschaft	79	4,322.1	1.6%
10	Tony S Chocolonely Nederland Bv	54	3,645.9	1.3%
11	Paris Croissant Co Ltd	200	3,451.6	1.2%
12	Ferrero Canada Ltd	48	3,373.9	1.2%
13	Miller Consup Gmbh	3	3,071.6	1.1%
14	Pt Glico Manufacturing Indonesia Cibis Nine Lantai	46	2,850.6	1.0%
15	Thai Glico Co Ltd	58	2,671.8	1.0%
16	Paclog	185	2,604.4	0.9%

17	Lindt & Spruengli Schweiz Ag	157	2,460.4	0.9%
18	Zhejiang Lingqiao Food Co Ltd	53	2,344.2	0.8%
19	Solen Cikolata Gida San Ve Tic A S	77	2,142.7	0.8%
20	I M Ca R S P A	131	2,139.0	0.8%
21	Carambar	131	2,095.0	0.8%
22	Tottis Bingo S A	6	1,716.9	0.6%
23	Puratos Nv	85	1,578.7	0.6%
24	Elvan Gida San Ve Tic A S	79	1,497.4	0.5%
25	Lowell International Polska Sp Z O	46	1,477.0	0.5%
26	Asm Foods Ab	86	1,457.3	0.5%
27	Empwr Bv Sluisweg	26	1,375.0	0.5%
28	Gudrun Commercial Nv	117	1,365.3	0.5%
29	Alimentos Polar Comercial C A	17	1,310.5	0.5%
30	Lindt And Sprungli Spa	62	1,230.5	0.4%

Fuente: Veritrade
Elaboración propia

En 2024, los principales proveedores de mantequilla de cacao a Estados Unidos estuvieron encabezados por Guan Chong Cocoa Manufacturer Sdn Bhd con 13,277.1 toneladas y una participación del 19.2%, seguido por Pt Asia Cocoa Indonesia con 8,588.4 toneladas (12.4%) y Agroindustrias Unidas De Cacao S A De C V con 6,659.5 toneladas (9.6%). Otros proveedores relevantes incluyen Vj Jindal Cocoa Pvt y Jb Cocoa Sdn Bhd, con participaciones cercanas al 9.3% y 8.4% respectivamente. La lista muestra una fuerte presencia de empresas asiáticas y latinoamericanas en el suministro de mantequilla de cacao al mercado estadounidense.

Cuadro N° 4.6.1.3
PRINCIPALES PROVEEDORES DE MANTEQUILLA DE CACAO EN ESTADOS UNIDOS, 2024
(Kilogramos)

N°	Exportador	Embarques	Peso en Tons	Participación %
1	Guan Chong Cocoa Manufacturer Sdn Bhd	164	13,277.1	19.2%
2	Pt Asia Cocoa Indonesia	368	8,588.4	12.4%
3	Agroindustrias Unidas De Cacao S A De C V	57	6,659.5	9.6%
4	Vj Jindal Cocoa Pvt	79	6,406.6	9.3%
5	Jb Cocoa Sdn Bhd	68	5,802.5	8.4%
6	Barry Callebaut Manufacturing Mala	31	2,555.2	3.7%
7	Exportadora Romex S A	34	1,929.8	2.8%
8	Pt Jebe Koko	56	1,790.1	2.6%
9	Unitata Berhad	10	1,358.7	2.0%
10	Vj Jindal Cocoa Private Limited	15	1,277.2	1.8%
11	Cocoa Marketing Company	6	1,219.2	1.8%
12	Asia Cocoa Indonesia Pt	56	1,142.4	1.7%
13	Compania Nacional De Chocolates De Per Usa	26	964.5	1.4%
14	Pt Cargill Indonesia Wisma	6	890.3	1.3%
15	Compania Nacional De Chocolates Sas Nit	22	836.4	1.2%

16	Barry Callebaut Brasil Ind E Com De Produtos Alimenticios Ltda	10	818.0	1.2%
17	Sucres Et Denrees C/O	8	781.3	1.1%
18	Olam Cocoa Bv	16	772.8	1.1%
19	Barry Callebaut Brasil Industria	11	764.1	1.1%
20	Pt Golden Harvest Cocoa Indonesi Meta Epsi	8	616.8	0.9%
21	Cacao San Jose C A	14	574.0	0.8%
22	Bollore Logistics Dunkerque	26	550.8	0.8%
23	Cargill Agricola S A	7	540.0	0.8%
24	Agroindustrias Unidas De Cacao Sa D	3	471.5	0.7%
25	Machu Pichu Foods S A	5	453.8	0.7%
26	Compania Nacional De Chocolates S A	7	428.4	0.6%
27	Mavericks Foods S A	18	362.3	0.5%
28	Mges Resoureces Sdn Bhd	3	360.1	0.5%
29	Ivory Cocoa Products Icp	3	335.9	0.5%
30	Zhejiang Lingqiao Food Co Ltd	6	332.4	0.5%

Fuente: Veritrade
Elaboración propia

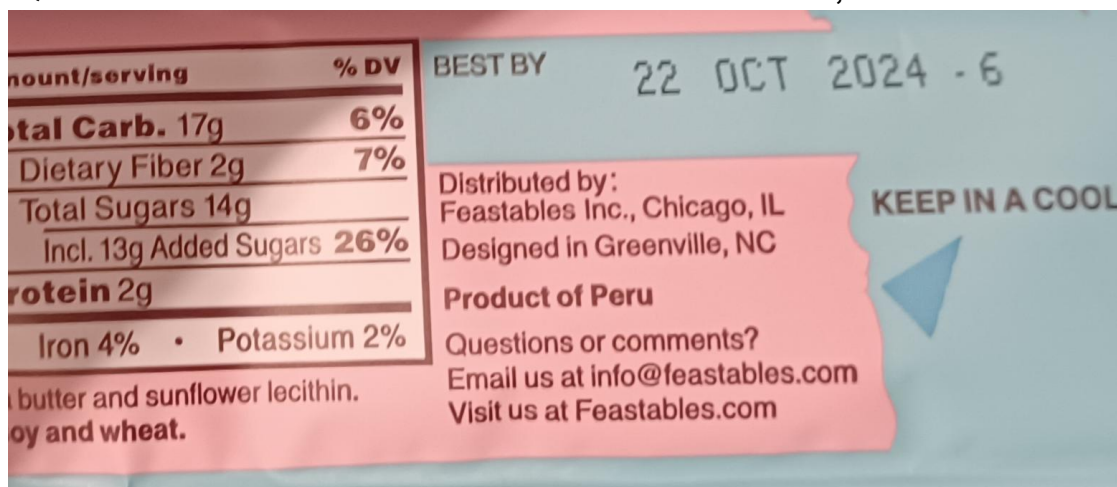
4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras de cacao y derivados a Estados Unidos

En el Perú son dos empresas que agrupan la mayor parte de las exportaciones a los Estados Unidos, Machu Picchu Foods, SAC y Exportadora Romex S.A., en el caso de Machu Picchu Foods con una oferta variada, desde granos de cacao, pasando por productos intermedios como pasta de chocolate y mantequilla de cacao, hasta productos terminados como chocolates y golosinas, tanto con sus marcas propias como con las marcas privadas de sus clientes.

Es notable como esta empresa ha sido escogida para fabricar los chocolates del reconocido Blogger Mr. Beast, quien es propietario de la cadena de restaurantes de hamburguesas, en las cuales vende chocolates **de origen** peruanos de su propia marca.

Imagen N° 4.6.2.1

ETIQUETA DE BARRA DE CHOCOLATE MARCA “MR. BEAST”, FABRICADA EN PERU



Fuente: AIBD LLC

Imagen N° 4.6.2.2

TABLETA DE CHOCOLATE MARCA “MR. BEAST”, FABRICADA EN PERU Y COMERCIALIZADA EN CADENA DE RESTAURANTES DE LA MISMA MARCA.



Fuente: AIBD LLC

Es importante notar que las exportaciones peruanas de cacao en grano y chocolates terminados, es un negocio en el que participan desde las empresas más grandes hasta las más pequeñas. En las estadísticas de exportación a Estados Unidos, es posible encontrar exportadores peruanos enviando micro lotes de 600 kg, al lado de los grandes exportadores que hacen envíos de 1,500 toneladas.

Lo mismo sucede con fabricantes exportadores de tabletas de chocolates finos, de precios altos, que se envían por avión, compitiendo de igual a igual con otros grandes exportadores peruanos y de otros países.

Esto nos da una idea de que la exportación de cacao y algunos de sus derivados está abierta para todos, para la gran empresa como para la microempresa.

Por ello este estudio, también identificará las oportunidades comerciales para ofertas de las pequeñas empresas que tienen un producto preparado para el mercado de los Estados Unidos, que bien podrían vender a un fabricante bean to bar con tres o cuatro puntos de venta. Sin descuidar por supuesto, la identificación de oportunidades para la gran y mediana empresa.

Cuadro N° 4.6.2.1

PERU: PRINCIPALES EMPRESAS PERUANAS QUE EXPORTAN A ESTADOS UNIDOS CACAO Y DERIVADOS, DURANTE EL PERIODO ENERO 2019 - MAYO 2025

(Valor FOB en USD y Kilogramos)

Nº	EXPORTADOR	NO. DE EMBARQUES	FOB USD	%	KGS	USD/KGS
1	Machu Picchu Foods S.A.C.	4,515	336,769,469	56.70%	45,446,226	7.410
2	Exportadora Romex S.A.	233	91,267,787	15.37%	14,730,010	6.196
3	Compañía Nacional De Chocolates De Peru S.A.	89	38,907,397	6.55%	4,664,102	8.342
4	Agro San Gerardo S.A.C.	26	31,915,986	5.37%	3,281,353	9.726
5	Cafetalera Amazonica S.A.C.	22	18,776,817	3.16%	4,314,518	4.352
6	Amazonas Trading Peru S.A.C.	93	12,846,875	2.16%	4,285,917	2.997
7	Sumaqaq Sociedad Anonima Cerrada	44	7,508,092	1.26%	2,162,240	3.472
8	Villa Andina Sac Bic	287	6,664,194	1.12%	1,101,319	6.051
9	Ecoandino S.A.C.	155	5,718,547	0.96%	657,679	8.695
10	Kulkao S.A.	99	4,077,956	0.69%	522,943	7.798
11	Asociacion De Productores Agroindustriales Kallpa-Apagro	33	3,830,633	0.64%	1,406,550	2.723
12	Organic Aroma Cocoa Peru S.A.C. - Aromaco Peru S.A.C.	15	3,672,172	0.62%	1,025,984	3.579
13	Qori Mayo S.A.C.	22	3,183,474	0.54%	728,393	4.371
14	Nutry Body Sociedad Anonima Cerrada	79	2,887,311	0.49%	579,343	4.984
15	Organic Rainforest S.A.C.	84	2,664,184	0.45%	317,347	8.395
16	Cacao El Rey Industrias Sociedad Anonima Cerrada	21	2,008,518	0.34%	621,504	3.232
17	Cooperativa Agraria Norandino Ltda.-Coop.Norandino	24	1,434,076	0.24%	240,043	5.974
18	Corporacion Tasilma S.A.C.	16	1,420,762	0.24%	130,520	10.885
19	Asociacion De Productores Yunka Del Huallaga - Apoyunkah	6	1,182,938	0.20%	452,450	2.615
20	Algarrobos Organicos Del Peru Sociedad Anonima Cerrada	58	1,116,463	0.19%	167,377	6.670
21	Asociacion De Productores Cacaotero Y Cafetaleros Del Valle Del Monzon	5	1,107,413	0.19%	128,800	8.598
22	Blue Pacific Oils Sociedad Anonima Cerrada - Blue Pacific Oils S.A.C.	4	1,081,853	0.18%	449,884	2.405
23	Rainforest Trading S.A.C.	9	1,014,197	0.17%	324,783	3.123
24	Cooperativa Agraria Cafetalera Y De Servicios Oro Verde Ltda	18	1,011,032	0.17%	354,928	2.849
25	Sentient Cacao S.A.C.	10	966,857	0.16%	78,048	12.388
26	Cooperativa Agraria Industrial Atalaya Limitada	3	796,485	0.13%	75,553	10.542
27	Compañía De Granos Caniari S.A.C.	1	619,452	0.10%	75,323	8.224
28	Camino Andino S.A.C.	40	544,550	0.09%	82,963	6.564
29	Natural Perú Sociedad Anónima Cerrada	3	534,537	0.09%	44,085	12.125
30	Amazon Andes Export S.A.C.	32	518,605	0.09%	31,915	16.250

Fuente: Veritrade

Elaboración propia

V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

5.1 Perfil del Consumidor

5.1.1. Consumidores finales

Estados Unidos cuenta con una población de 342 millones de habitantes, de los cuales 168.6 millones son varones y 173.4 son mujeres. Su población está compuesta en un 61.6% de blancos, 12.4% de negros, 6% de asiáticos, 1.1% de nativos, 0.2.% de las demás razas y 10.2% de personas de dos o más razas.

Según CIA World Factbook, la edad, la población de los Estados Unidos se divide de la siguiente manera:

- De 0 a 14 años: 18.1% (varones 31,618,532 / mujeres 30,254,223)
- De 15 a 64 años: 63.4% (varones 108,553,822 / mujeres 108,182,491)
- De 65 años o más: 18.5% (2024 est.) (varones 28,426,426 / mujeres 34,927,914)

Según el nivel de ingreso, las familias de los Estados Unidos (considerando 4 miembros por familia), se dividen en:

- Familias con menos de \$25,000 de ingresos anuales el 17.8% de los hogares.
- Familias con ingresos entre \$25,000 - \$49,999: el 20.7% de los hogares.
- Familias con ingresos entre \$50,000 - \$74,999: el 16.5% de los hogares.
- Familias con ingresos entre \$75,000 - \$99,999: el 12.3% de los hogares.
- Familias con ingresos entre \$100,000 - \$149,999: el 16.5% de los hogares.
- Familias con ingresos entre \$150,000 - \$199,999: el 8.3% de los hogares.
- Familias con ingresos de \$200,000 o más: el 8.6% de los hogares.

Según Bureau of Census, en cuanto a la distribución geográfica de la población de los EEUU, los estados con mayor población son California con 39 millones de habitantes, Texas con 30.5 millones, Florida con 22.6 millones, Nueva York con 19.8 millones y Pensilvania con 12.9 millones. Las áreas metropolitanas más pobladas, basadas en las estimaciones de población de 2023, son: Nueva York-Nueva Jersey (New York-Newark-Jersey City, NY-NJ-PA): con una población de 19.8 millones; Los Ángeles-Long Beach-Anaheim en California con 12.9 millones de habitantes; Chicago-Naperville-Elgin, IL-IN-WI con una población de 9.4 millones; Dallas-Fort Worth-Arlington, Texas con 8.1 millones de habitantes; Houston-The Woodlands-Sugar Land, también en Texas con 7.5 millones de habitantes.

A nivel global, en Estados Unidos se encuentra la población que más consume chocolates y otros derivados de cacao, lo que se refleja en su nivel de importaciones. En el 2024 Estados Unidos importó por USD 8,073 millones en cacao y derivados, incluyendo los chocolates. En Estados Unidos, se venden chocolates importados, así como chocolates que se fabrican en los Estados Unidos usando materias primas como el cacao en grano y productos intermedios como chocolate industrial, cacao en polvo y la manteca de cacao.

Se estima que en el 2025 las ventas de chocolates en Estados Unidos alcanzarán la suma de USD 24,000 millones y se proyecta que en el 2028 esas ventas alcancen los USD 28,630 millones. Estas cifras reflejarán un consumo per cápita de 3.73 kg en el 2025 y 3.85 Kg en el 2028.

Los estadounidenses compran chocolate con una frecuencia promedio de dos veces por semana, con picos durante festividades como Navidad, Halloween, Pascua y San Valentín. El chocolate con leche es el más popular, aunque el chocolate negro (especialmente con 70-75% de cacao) está ganando terreno debido a su percepción como una opción más saludable.¹

¹ Statista: Industries and Markets: Chocolate in the United States

5.1.2. Las empresas

Como se mencionó en los capítulos previos, Estados Unidos cuenta con una producción marginal de cacao, por lo que casi el íntegro del cacao que este mercado consume es importado por empresas que fabrican chocolate industrial y chocolate para consumo final sea en tabletas, golosinas. Las empresas de los Estados Unidos compran granos de cacao y también compran chocolate industrial, manteca de cacao, cacao en polvo, licor de cacao. Por ello también es importante notar el número de empresas que atienden este importante mercado con esos productos.

Según el North American Industrial Classification System – NAICS las empresas que atienden el mercado de esta industria en los EEUU se clasifican en fabricantes, mayoristas y minoristas, y según la empresa Reference Solutions, el número de empresas estadounidenses registradas en base al código NAICS, son las siguientes:

- 31135101 fabricantes de chocolate a partir de granos de cacao (Bean to Bar): 2,213 empresas, incluye 143 empresas que fabrican chocolate industrial que distribuyen a fabricantes de golosinas y chocolates, entre las cuales se incluyen a sus empresas afiliadas.
- 31135201 fabricantes de golosinas a partir de chocolate industrial: 3,134 empresa
- 42445002 distribuidores mayoristas de golosinas incluyendo chocolate: 1,251 empresas
- 51499902 minoristas especializados en chocolates: 608 empresas, no se incluye minoristas multi productos como los supermercados, farmacias y otros minoristas.

Los estados con la mayor presencia de empresas fabricantes de chocolates son California, Pensilvania, Nueva York, Illinois, Florida, Wisconsin, y Michigan. Y los Estados con la mayor presencia de empresas distribuidoras mayoristas de chocolates son Nueva Jersey, California, Nueva York, Pensilvania, Texas, Illinois y Florida.²

5.1.3. Hábitos de compra de los consumidores finales

En el caso de los consumidores estadounidenses de chocolates, estos compran en diversos lugares, dependiendo de su nivel de ingresos, ubicación geográfica y tipo de chocolate que desean consumir que pueden ser los chocolates regulares o premium. La categoría de chocolates premium comprende los chocolates artesanales, negros, veganos, sin azúcar, de origen, de variedad, etc. Distintos a los regulares.

- **Supermercados y grandes cadenas minoristas**

Los supermercados son los lugares usuales en los cuales los estadounidenses compran chocolates. Representan el 52% de las ventas. Ej: Kroger, Walmart, Food Emporium los cuales usualmente cuentan con una sección de chocolates, donde se expenden una amplia variedad y calidad de chocolates, donde cada vez más se incorpora la oferta de tabletas premium artesanales, junto a chocolates europeos también premium de marcas reconocidas y las marcas populares como Hershey's, Mars y otras.

Usualmente durante las fiestas como Halloween, Navidad y San Valentín, la oferta de chocolates se amplía tanto en la misma sección de chocolates, como en la sección "seasonal"

Es importante notar que los supermercados "specialty", es decir tiendas en las que se expenden alimentos gourmet, naturales, orgánicos como es el caso de Trader Joe's y Whole Foods presentan una ofertan de chocolates premium.

² IbisWorld Confectionery Wholesaling & Industrial Chocolate Production.

- **Tiendas de conveniencia y farmacias, con una participación del 20% de las ventas**

Las cadenas de Tiendas como 7 Eleven y las farmacias como CVS, Duane Reade, Walgreens siempre cuentan con una sección de chocolates, que al igual que en los supermercados, presentan una oferta adicional en las temporadas de Halloween, Navidad, San Valentín y Pascua.

- **Tiendas especializadas y chocolaterías**

Preferida por consumidores de altos ingresos que compran chocolates premium. Compran chocolates de las marcas Ghirardelli, Lindt, Neuhaus, Laderach y otros que cuentan con tiendas propias en las calles más comerciales o en centros comerciales exclusivos. Godiva ha cerrado sus tiendas propias en los EEUU y vende sus chocolates a través de cadenas de tiendas por departamentos o en supermercados exclusivos.

Imagen N° 5.1.3.1

TIENDA DE LADERACH EN CENTRO COMERCIAL “ROOSEVELT FIELD” EN GARDEN CITY, NUEVA YORK Y VITRINA DE GODIVA EN TIENDA MACY’S DE MANHATTAN, NUEVA YORK



Fuente: IABD LLC – Fotografías: tomadas por AIBD LLC

<https://laderach.com/us-en/>

<https://www.macys.com/shop/featured/godiva?ss=true>

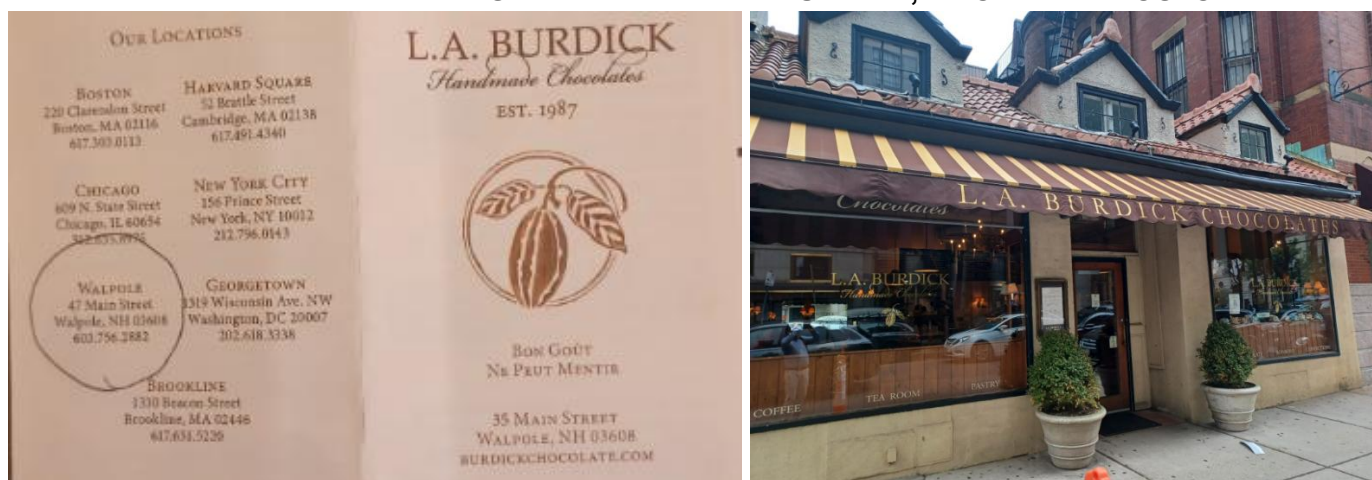
<https://www.tastingtable.com/1594992/why-godiva-chocolate-close-stores/>

- **Tiendas especializadas o chocolaterías Independientes**

En estas tiendas compran consumidores de altos ingresos. Por ellos estos establecimientos también están ubicados en ciudades donde viven consumidores con altos ingresos promedio o en ciudades cercanas. En estas tiendas también compran las empresas que desean realizar regalos corporativos, con productos tal cual son ofertados por las tiendas o en presentaciones a la medida como L.A. Burdick con 7 tiendas en ciudades del noreste de los Estados Unidos (New York, Boston, Cambridge y Brookline en Massachusetts, Chicago, Washington DC y Walpole en New Hampshire). Las chocolaterías artesanales atraen a consumidores interesados en productos de alta calidad, orgánicos o de origen específico.

Imagen N° 5.1.3.2

CADENA DE TIENDA ESPECIALIZADA L.A. BURDICK, Y LOCAL DE BOSTON



Fuente: AIBD LLC / Fotografía: AIBD LLC

Página web: <https://www.burdickchocolate.com>

Otro ejemplo, es la chocolatería Kron, <https://www.kronchocolatier.com/> oferta únicamente chocolates fabricados en la misma tienda, en dos ambientes amplios de manufactura ubicados en la tras tienda. Fabrican chocolates y bombones elaborados con chocolate Industrial, cacao en polvo y manteca de cacao. Ofertan productos con su propia marca Kron y también ofrecen el servicio de elaboración de chocolates o cajas de bombones y presentaciones a la medida para empresas que desean realizar regalos corporativos.

Imagen N° 5.1.3.3

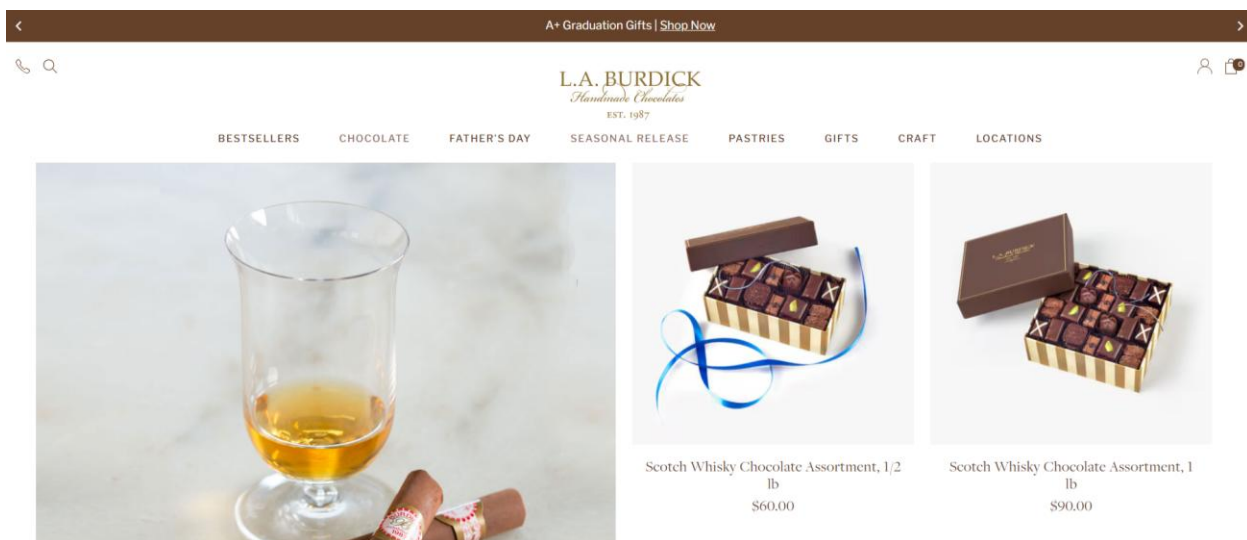
CHOCOLATERIA KRON, EN GREAT NECK, NUEVA YORK



Fuente: IABD LLC

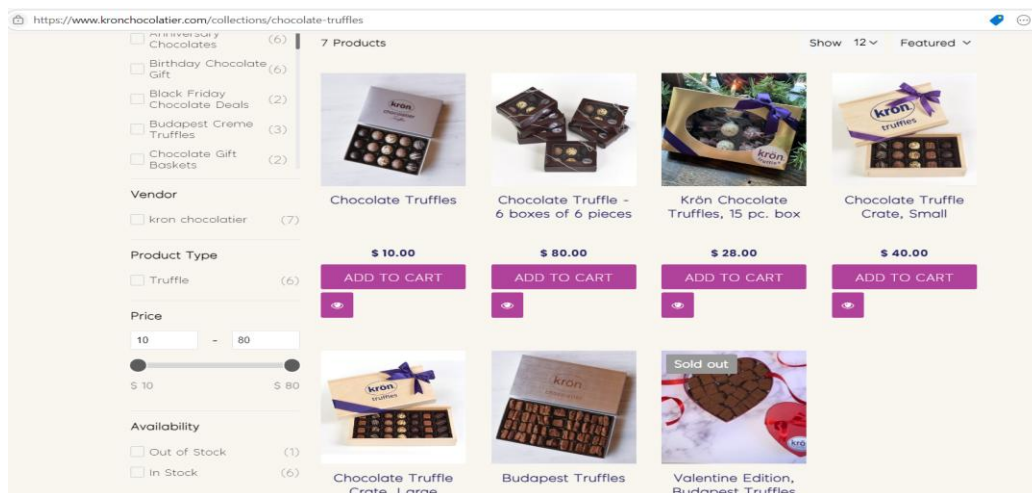
- **Comercio electrónico:** representan actualmente entre el 10% al 15% de las ventas, impulsadas por la pandemia y el incremento del comercio online. Todas las plataformas conocidas ofrecen una amplia gama de marcas y calidades que comprenden las marcas comerciales, las opciones premium. Además, todas las marcas reconocidas como por ejemplo Godiva y Lindt cuentan con sitios propios, al igual que las marcas artesanales como las tiendas independientes antes mencionadas L.A. Burdick y Kron que cuentan con su plataforma propia para la venta de sus chocolates.

Imagen N° 5.1.3.4
TIENDA VIRTUAL LA BURDICK CHOCOLATE



Fuente: página web Burdick chocolate - <https://www.burdickchocolate.com/bestselling-chocolate-gifts>

Imagen N° 5.1.3.5
TIENDA VIRTUAL KRON CHOCOLATIER



Fuente: página web Kron Chocolatier
https://www.kronchocolatier.com/collections/corporate-chocolate-gift?gf_126198=Truffle

5.1.4. Ocasiones en las que los consumidores compran más chocolates o golosinas elaboradas con chocolates

Durante Halloween, Navidad, San Valentín y Pascua, los consumidores compran grandes cantidades de chocolates en todos los canales. Durante estas fiestas las tiendas, especialmente los supermercados y tiendas por departamentos, ofertan los chocolates y similares tanto en área regular como en el área “seasonal” o estacional. Por ejemplo, en Pascua es posible encontrar cajas de huevos de chocolate para pascua en el área “seasonal”, además de los chocolates que se ofertan en el área permanente de chocolates.

5.1.5. Regiones clave para la venta de chocolates

Áreas urbanas con mucha población como es el caso de Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Houston y Miami, concentran el mayor volumen de compras de chocolate debido a la densidad poblacional y la presencia de todos los canales de distribución. Es importante notar que muchas áreas urbanas comprenden varias ciudades como es el caso del área tri estatal de Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut, que comprenden varios condados (provincias) y ciudades (distritos) ubicados en el área de confluencia fronteriza de dichos Estados.

Estados productores: Pensilvania (base de Hershey’s) y Nueva Jersey (gran importador de cacao) tienen alta disponibilidad de chocolates en supermercados y tiendas locales.

Sun Belt: Regiones como Texas y Florida, con rápido crecimiento poblacional, muestran un aumento en las ventas de chocolates, especialmente en cadenas como Walmart y Publix.³

Es importante notar, además, que en las grandes áreas metropolitanas o en regiones cercanas a ellas existen ciudades donde residen familias con altos ingresos que les permite comprar chocolates de calidad superior y por lo mismo de mayor precio, usualmente ofertadas por las marcas más reconocidas del mundo, así como marcas independientes de alta calidad. Por ejemplo, en los condados de Westchester de Nueva York y las ciudades vecinas en localizadas en Connecticut es posible identificar al menos 15 chocolaterías independientes con una oferta premium de chocolates de origen único o de variedad única, algunas de las cuales elaboran chocolates bean to bar y otras elaboran a partir de chocolate industrial.

5.2 Análisis de Tendencias

- Sin duda la tendencia más importante en el mercado de cacao y derivados a nivel global y también en los Estados Unidos es el alto nivel del precio del cacao en grano, el cual empezó a incrementarse desde finales del 2023. El precio del cacao que históricamente había fluctuado entre USD 2,000 a USD 3,000 por tonelada, alcanzó los USD 4,204 al cierre del 2023, y meses más tarde el 14 de abril del 2024 alcanzó el récord de USD 11,461 la tonelada, repitiendo otro récord histórico el 12 de diciembre del 2024 cuando se situó en USD 11,954 la tonelada. Esta tendencia, no tiene un horizonte claro sobre cómo se desencadenará en el corto o mediano plazo, aunque los analistas especializados sugieren que, en el largo plazo, el precio se acercará a los niveles históricos. En el corto o mediano plazo la cotización del cacao en grano no presenta una seguridad en cuanto a esas proyecciones, toda vez que cualquier noticia, por mínima que sea, afecta su cotización.

³ Statista, "U.S. Chocolate Market - Statistics & Facts" (2023) & National Confectioners Association, "Chocolate and Candy Sales Trends" (2023)

- Otra tendencia que ha influido en el desempeño de la industria es la creciente demanda de chocolate negro “dark” y orgánico, que muestra un cambio hacia una alimentación más saludable, ya que los consumidores buscan productos que ofrezcan beneficios nutricionales sin comprometer el sabor. Además, los fabricantes han creado diversas fórmulas, combinaciones y presentaciones no vistas antes, generando una amplia y variada oferta de chocolate negro que es creciente y será sostenible en el tiempo.
- Creciente demanda de chocolates premium y artesanales. - Los consumidores de los Estados Unidos, sobre todo aquellos que forman parte de familias de ingresos medio-altos, consumen cada vez más chocolates de alta calidad, artesanales, de origen, variedad, etc. En 2022, el 67% de los consumidores de chocolate en Estados Unidos, compraron productos premium, y esta tendencia se ha venido intensificando hasta la fecha, debido al incremento de la renta disponible y la creciente oferta de estos productos en casi en todos los puntos de venta. La oferta de chocolates premium la presentan empresas líderes como Ghirardelli, Lindt. Innovaciones como las tabletas de cacao mexicano al 70% de Hershey’s reflejan esta tendencia hacia productos premium. Paralelamente han aparecido múltiples chocolaterías artesanales ofreciendo chocolates premium y/o artesanales de origen o variedad únicos, que los venden en todos los canales.
- Otra tendencia, casi consolidada, es el fuerte énfasis en la sostenibilidad y el abastecimiento ético se ha vuelto esencial en el mercado del cacao, ya que más marcas adoptan y exigen prácticas eco amigables, prácticas de comercio justo, incluso adoptan envases ecológicos. Incluso la bolsa “ICE Future U.S.” donde se negocia el cacao en grano ha implementado el servicio “ICE Commodity Traceability (ICE CoT)”, que tiene como fin apoyar los traders y operadores con sus obligaciones de cumplimiento del Reglamento de Deforestación de la UE (EUDR – European Union Deforestation Regulation).
- Si bien la sostenibilidad es una tendencia consolidada, por otro lado existe una creciente preocupación por el costo que implica cumplir con las metas de sostenibilidad, costo que afecta tanto a los productores como consumidores; además de una preocupación por prácticas de “greenwashing” (sostenibilidad sólo para cumplir); y por cómo las exigencias de sostenibilidad pueden significar una dificultad de acceso al mercado para pequeños productores que no pueden cubrir los costos de certificación, lo que puede afectar la competitividad. Todo ello en el marco de la posición de la actual administración del presidente Donald Trump contraria a compromisos globalistas, que incluso lo indujo a rechazar oficialmente la Agenda 2030 de las NNUU.
- Innovación en sabores y texturas ofrecen alternativas para consumidores que buscan experiencias multisensoriales. Esta tendencia es el resultado de la innovación permanente en la que están empeñados todos los fabricantes, desde los pequeños hasta los líderes, sobre todo con sabores exóticos y novedosos. No hay límite a la creatividad y los consumidores están dispuestos a probarlos desde los chocolates con frutas y nueces exóticas, hasta chocolates con sal y picantes. Y en eso los países que contamos con una amplia biodiversidad podemos ofrecer nuevos sabores.
- Presentación transparente y minimalista, exigida especialmente por las generaciones más jóvenes que les gusta verificar los atributos que ellos exigen y valoran. Quieren y pueden verificar los atributos presentados en los empaques o en las páginas web, buscando información sobre la nutrición, origen y características. El 50% de los consumidores de chocolates valora los empaques con información detallada sobre la salud y caducidad. Consumidores de chocolates más informados también buscan verificar el origen y la variedad.
- Una tendencia importante es el creciente uso del comercio electrónico que ha cambiado para siempre los canales de venta, con nuevos modelos de venta en línea y venta directa al consumidor. Los canales de venta se dan a través de las plataformas ya conocidas como Amazon, eBay, Walmart y también los Marketplace gratuitos como el de Facebook. Todos usan el comercio electrónico, tanto las marcas líderes globales, como las marcas emergentes que usualmente empiezan vendiendo a través de sus páginas propias.

5.3 Variedades

Las variedades de cacao en grano que Estados Unidos importa son principalmente Forastero, Criollo, Trinitario y, en menor medida, Nacional. Estas variedades provienen de diversos países productores, y su importación está impulsada por la demanda de la industria del chocolate, que valora tanto la calidad como la disponibilidad. A continuación, se detalla cada variedad y su importancia en el mercado estadounidense:

Forastero: Siendo la variedad más común que representa aproximadamente el 80% de la producción mundial de cacao. Se caracteriza por su robustez, alto rendimiento y resistencia a enfermedades, lo que la hace ideal para la producción masiva. Los granos Forastero tienen un sabor más simple y terroso, con notas amargas, lo que los hace adecuados para chocolates de consumo general. Se cultiva principalmente en África Occidental, especialmente en Costa de Marfil, (38% de la producción mundial en 2024) y Ghana, que juntos suministran el 61% de las importaciones de cacao de EEUU. También se cultiva en países como Nigeria, Camerún y Ecuador.

En Estados Unidos, la variedad Forastero es la base de los chocolates comerciales producidos por grandes fabricantes como Hershey's y Mars (e.g., M&M's, Snickers). Se importa en grandes volúmenes para productos de confitería de precios populares vendidos en supermercados (Walmart, Target) y tiendas de conveniencia (7-Eleven, CVS).

Criollo: Es una variedad menos conocida y de mayor calidad, representa aproximadamente el 5% de la producción mundial. Los granos Criollo tienen un sabor complejo con notas florales, afrutadas y nueces, pero las plantas son delicadas y susceptibles a enfermedades, lo que limita su cultivo. Se produce principalmente en Centro y Sud América (e.g., Venezuela, Perú, República Dominicana) y en algunas islas del Caribe. También se cultiva en Sri Lanka en cantidades limitadas.

En Estados Unidos, la variedad criolla es usada por chocolaterías artesanales y marcas premium como Ghirardelli y Lindt así como por productores de chocolate "bean to bar" (e.g., Dandelion Chocolate). Es popular en chocolates oscuros de alta gama (70-95% cacao) vendidos en tiendas especializadas y en línea (Amazon, sitios de marcas). Aunque el volumen importado de esta variedad es menor, se importa desde países como Perú y República Dominicana, a menudo como cacao orgánico o de comercio justo, para satisfacer la demanda de consumidores conscientes de la sostenibilidad. Por ejemplo, Lake Champlain Chocolates usa cacao orgánico Criollo producido por cooperativas ubicados en esos países.

Trinitario: Siendo un híbrido entre Forastero y Criollo, que combina la resistencia de Forastero con los sabores más complejos de Criollo. Representa menos alrededor del 10% de la producción mundial y ofrece una amplia gama de perfiles de sabor dependiendo del terroir y la proporción de cada variedad en el híbrido. En Estados Unidos, el Trinitario es valorado por fabricantes de chocolates de calidad intermedia y premium, como Mondelēz (Cadbury). También es usado por chocolateros artesanales que buscan un equilibrio entre sabor y costo. Es importado principalmente de Ecuador y países centroamericanos como República Dominicana y Guatemala.

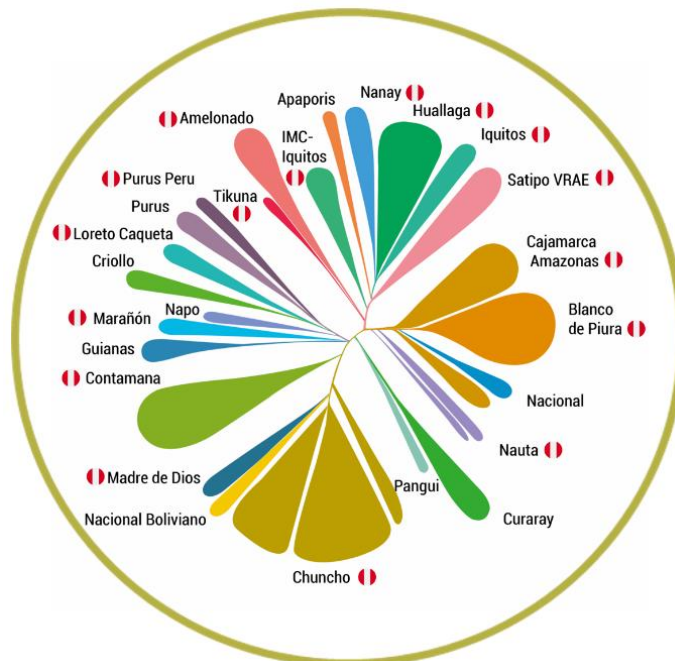
Nacional: Es la variedad más rara, redescubierta en Perú. Los granos Nacional son ricos, cremosos y con baja amargura, lo que los hace ideales para chocolates de alta calidad. Representan una fracción muy pequeña de la producción mundial. Se cultiva casi exclusivamente en Perú y Ecuador, con un enfoque en cultivos de pequeña escala.

En Estados Unidos, es usado chocolateros artesanales y marcas de nicho que producen chocolates "bean to bar" de lujo. Es menos común en el mercado masivo debido a su escasez y alto costo. Se importan

principalmente de Perú, a menudo como cacao orgánico o de origen único, sin embargo, están empezando a importarse usando las variedades

Si bien esta clasificación es muy genérica, pero es la más usada hasta la actualidad para efectos comerciales. Sin embargo, como resultado de las investigaciones realizadas por la Alianza de Biodiversidad Internacional y el CIAT, en el 2024 presentaron sus conclusiones en la que establecen que en el mundo existen 25 grupos genéticos, siendo el Perú el lugar de origen de 16 de estos grupos genéticos, es decir del 64%, lo que significa que el Perú cuenta con la reserva genética más importante a nivel global⁴. Sin embargo, esta clasificación siendo más exacta es más utilizable para fitomejoramiento respecto a la clasificación tradicional de criollo, forastero o trinitario.⁵

Imagen N° 5.3.1
GRUPOS GENÉTICOS DE CACAO, 16 DE LA CUALES ORIGINARIAS DE PERÚ, IDENTIFICADAS CON LOS COLORES DE LA BANDERA PERUANA.



Fuente: Abel Farfán, *El cacao silvestre y nativo de la región Ucayali: un recurso genético importante para el futuro del cultivo del cacao en Perú*, Enero 28, 2025

Es importante notar que en los últimos tiempos, algunas marcas independientes que ofertan chocolates de alta calidad, ya están usando la clasificación según el grupo genético, como es el caso de la marca “jcoco” de propiedad de la empresa “Seattle Chocolate Company” ubicada en Seattle, Washington que oferta tabletas de chocolate las clasifica y promociona en base al grupo genético del cacao que utiliza, por ejemplo, la tableta de la foto es un chocolate de variedad Contamana, de origen Quillabamba, vendida en la tienda de alimentos especiales Whole Foods.

⁴ Abel Farfán, *El cacao silvestre y nativo de la región Ucayali: un recurso genético importante para el futuro del cultivo del cacao en Perú* January 28, 2025

⁵ Motamayor JC, Lachenaud P, da Silva e Mota JW, Loor R, et al. (2008) Geographic and Genetic Population Differentiation of the Amazonian Chocolate Tree (*Theobroma cacao* L). PLoS ONE 3(10): e3311. doi:10.1371/journal.pone.0003311

Imagen N° 5.3.2

CHOCOLATE DE VARIEDAD CONTAMANA EN LA TIENDA DE ALIMENTOS ESPECIALES WHOLE FOODS.



Fotografía: AIBD LLC
<https://jcoco-chocolate.com/>

5.4 Presentaciones y precios al consumidor final

Como es conocido el precio del cacao en grano y sus derivados han sufrido un alza muy fuerte en el 2024, con precios que casi alcanzaron los USD 12,000 la tonelada, mucho más alto de sus precios históricos que habían fluctuado entre los USD 2,000 a USD 3,000 por tonelada. El primer pico lo alcanzó el 14 de abril del 2024 cuando su precio se situó en USD 11,461 la tonelada, y posteriormente el 12 de diciembre del 2024 cuando se situó en USD 11,954 la tonelada.

Imagen N° 5.4.1

COTIZACIÓN DE PRECIOS DEL CACAO EN GRANO Y DERIVADOS



Fuente: Factset

Como es sabido, los precios de cacao se incrementaron debido a una “tormenta perfecta” que incluyó factores climáticos (sequía, seguido de lluvias en exceso y luego calor extremo) que afectaron a Costa de Marfil y Ghana, países que representan el 70% de la producción mundial, lo que influyó en la reducción de sus cosechas en -15%. Posteriormente la aparición del virus de los “brotes hinchados”, expuso las deficiencias y la crisis estructural en ambos países, cuyos gobiernos no pudieron ayudar a sus agricultores para combatir la plaga y plantar nuevos árboles. Además, justo cuando ocurría todo lo anterior, la Unión Europea buscaba implementar las normas anti-deforestación de cumplimiento forzado y costoso para los productores; y a todo ello, como usualmente ocurre en estas situaciones, se añadió la especulación financiera que apostó sobre menores producciones.

Las tres condiciones juntas: factores climáticos, la fragilidad estructural de los países productores y la especulación financiera generaron la volatilidad de los precios y continúan alterando el mercado del cacao.

La variación de los precios, no tienen un horizonte claro sobre cómo se desencadenará en el corto o mediano plazo, aunque los analistas especializados sugieren *que los precios del cacao disminuirán en los próximos cinco años debido a la mejora de las condiciones de suministro y a las correcciones del mercado tras los recientes máximos históricos. Entre los factores clave que impulsan esta tendencia a la baja se incluyen las expectativas de condiciones climáticas menos extremas en Costa de Marfil y Ghana, que representan el 70 % de la producción mundial de cacao, lo que reduciría los graves déficits observados en años anteriores. Además, el aumento de la producción en Nigeria y Camerún, que se proyecta que aumentará entre un 40% y un 60%, lo que ayudará a aliviar las limitaciones de suministro. Si bien persisten los riesgos climáticos a largo plazo, se espera que el alivio a corto plazo derivado de la reducción de los brotes de enfermedades y la reposición de las reservas modere los precios. Sin embargo, es probable que el cacao se mantenga por encima de los niveles anteriores a 2024 debido a desafíos estructurales como el envejecimiento de los árboles y las regulaciones contra la deforestación. Los mercados financieros también se están ajustando, con presiones especulativas que disminuyen tras la extrema volatilidad de 2024. En general, se anticipa un retorno gradual a niveles de precios más sostenibles, aunque las crisis climáticas aún podrían provocar picos temporales.*⁶

Sin duda, el precio de cacao en grano ciertamente influye hacia adelante, también suben los precios de todos los productos derivados, incluyendo los precios de los chocolates afectando también el consumo de chocolates, incluso algunos consumidores han empezado a sustituir el chocolate por otros snacks. En el caso de la manteca de cacao usada en cosmética, los fabricantes de cosméticos han empezado a sustituirlo por otras grasas vegetales.

⁶ World price of cocoa, IbisWorld, Abril 2025

En cuanto a las presentaciones de chocolates, a continuación, se detallan los tipos de chocolates que se venden en los Estados Unidos en el 2025:

- **Chocolate dark, oscuro o negro:** Contiene un alto porcentaje de cacao (mínimo 50%, hasta 99%), con menos azúcar y sin lácteos, ofreciendo un sabor intenso y amargo. Es valorado por sus beneficios antioxidantes. Ej: Beyond Good, 72% “Dark Chocolate” de origen único con plátano y sal marina.

Cuadro N° 5.4.1
PRESENTACIÓN CHOCOLATE DARK

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate Dark con plátano y sal marina, origen único de Madagascar
	Presentación	Tabletas
	Marca	Beyond Good
	Precio	USD 7.29
	Peso Neto	64 onzas 75 grs
	País de Fabricación	EEUU, Madécasse LLC, Brooklyn, NY
	País de Distribución	EEUU en tienda Whole Foods de Manhasset New York
	Fecha de Fabricación	31 de mayo de 2025


Fuente: Tienda Whole Foods / Fotografía: AIBD LLC
Página Web: <https://beyondgood.com/>

Chocolate blanco: Elaborado con manteca de cacao, azúcar y leche, sin sólidos de cacao, lo que le da un color claro y un sabor dulce y cremoso. Técnicamente no es "chocolate puro" por la ausencia de cacao. Ej: Ghirardelli White Chocolate Bar, tableta de 4 oz (113 g). <https://www.ghirardelli.com/>

Chocolate con inclusiones: Sea negro, con leche o blanco, pero con ingredientes añadidos como frutos secos, frutas deshidratadas, especias o granos (nibs de cacao, sal, etc.) para aportar texturas y sabores contrastantes. Ej: Mitica chocolates con higo, almendras y dátiles.

Cuadro N° 5.4.2

PRESENTACIÓN CHOCOLATE CON INCLUSIONES

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Pesetas de chocolate con higo y almendra/ Pesetas de chocolate con dátiles y almendras
	Presentación	Snack, en taper circular con 10 pesetas o chocolates circulares
	Marca	Mitica
	Precio	Regular: USD 4.99 Oferta: USD 3.69
	Peso Neto	2.6 onzas 75 grs.
	País de Fabricación	España
	País de Distribución	EEUU, tienda Whole Foods Manhasset, New York
Fecha de Fabricación	26 de julio de 2024	


Fuente: Whole Foods / Fotografía: AIBD LLC

<https://forevercheese.com/category/chocolate/>

Chocolates de origen: Elaborados con granos de cacao de una región específica (por ejemplo, Venezuela, Madagascar), destacando sabores únicos ligados al terroir. Suelen ser de alta calidad y premium. Ejemplo: Pump Street en varias presentaciones de origen Ecuador.

Cuadro N° 5.4.3

PRESENTACIÓN CHOCOLATE DE ORIGEN

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO		
	Nombre del Producto	Chocolate oscuro y chocolate con leche, origen único: Ecuador	
	Presentación	Tabletas	
	Marca	Pump Street	
	Precio	USD 9.99	
	Peso Neto	70 grs	
	País de Fabricación	Reino Unido, por Pump Street Ltd, Suffolk, Reino Unido	
	País de Distribución	EEUU y otros	

**Fecha de
Fabricación**

14 de mayo de 2025


Fuente: Whole Foods / Fotografía: AIBD LLC

Página Web: <https://pumpstreetchocolate.com/>

Chocolates varietales: Fabricados con una variedad específica de cacao (como Criollo o Trinitario), resaltando características distintivas de sabor y aroma de la genética del grano. Ej: Jcoco, variedad Contamana, origen Quillabamba, Perú.

Cuadro N° 5.4.4

PRESENTACIONES DE CHOCOLATE DE VARIEDAD

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate de boca de variedad única, Variedad única: Cacao Contamana; Origen único: Perú
	Presentación	3 tabletas envueltas individualmente dentro del empaque principal
	Marca	Jcoco
	Precio	USD 9.99
	Peso Neto	3 onzas 85 grs
	País de Fabricación	EEUU, Settle Chocolate Company, Seattle Washington
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	31 de mayo de 2025	

Fotografía: AIBD LLC

Página web: <https://jcoco-chocolate.com/>

Cabe indicar que, la marca JCOCO presenta sus chocolates mencionando la variedad y también el origen, con información detallada de las notas de sabores.



Fotografía: AIBD LLC

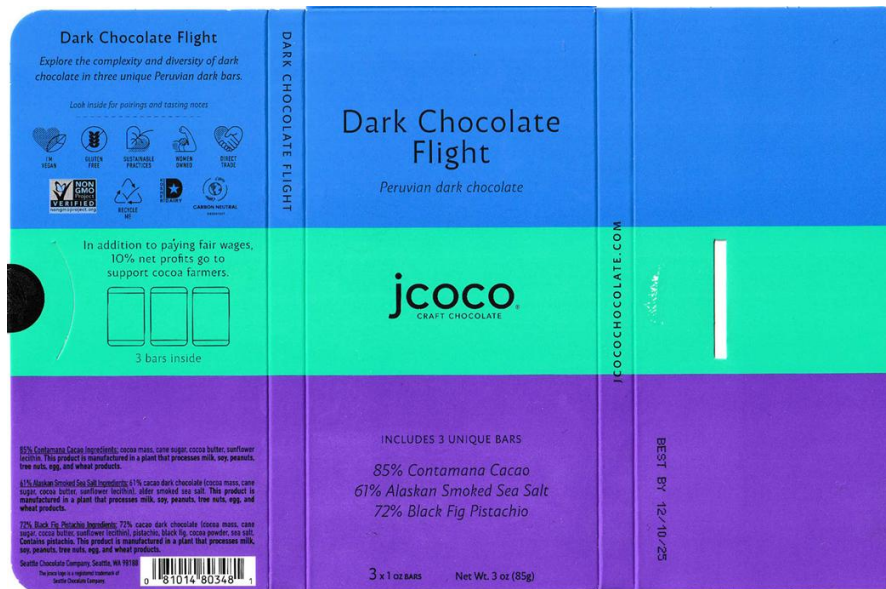
Página web: <https://jcocochocolate.com/>





Fotografía: AIBD LLC

Página web: <https://jcocochocolate.com/>





Fotografía: AIBD LLC

Página web: <https://jocochochocolate.com/>

Chocolates artesanales: Producidos en pequeños lotes, con énfasis en la calidad, ingredientes seleccionados y técnicas tradicionales. Suelen ser “bean to bar”, controlando todo el proceso desde el grano. Ej: trufas marca Kron, elaboradas artesanalmente en la misma tienda.

Cuadro N° 5.4.5
PRESENTACIÓN CHOCOLATES ARTESANALES Y TIENDA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Trufas
	Presentación	Caja de trufas
	Marca	Kron
	Precio	USD 45
	Peso Neto	8 onzas 227 grs
	País de Fabricación	EEUU por Kron Chocolatier, Great Neck, New York
	País de Distribución	EEUU
Fecha de Fabricación	09 de junio de 2025	

Fotografía: AIBD LLC

<https://www.kronchocolatier.com/>



Fotografía: AIBD LLC
<https://www.kronchocolatier.com/>

Chocolates sin azúcar: Endulzados con edulcorantes como stevia y maltitol (un edulcorante derivado de la maltosa) en lugar de azúcar, ideales para dietas bajas en calorías o diabéticos. Pueden ser negro, con leche o blanco. Ejemplo: Spring Mulberry, sin azúcar, endulzado con dátiles. En Perú contamos con yacón que puede usarse para estos chocolates.

Cuadro N° 5.4.6

PRESENTACIÓN CHOCOLATES SIN AZUCAR

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate sin azucar
	Presentación	Chocolate endulzado con dátiles
	Marca	Spring Mulberry
	Precio	USD 9.99
	Peso Neto	2.1. onzas 60 grs
	País de Fabricación	EEUU para Spring Mulberry
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	24 de enero de 2025

Fotografía: AIBD LLC
<https://springandmulberry.com/>

Chocolates premium: también conocidos como chocolates “specialty”. Son chocolates de alta calidad, con ingredientes selectos, mayor contenido de cacao y empaques sofisticados. Incluyen chocolates de origen único, variedad única, artesanales o con sabores innovadores, etc. Ej.: Laderach oscuro y de origen único.

Cuadro N° 5.4.7

PRESENTACIÓN CHOCOLATE PREMIUM

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate oscuro 64%,70%,80%
	Presentación	Tabletas de cacao de origen único de Madagascar, Ecuador y Trinidad
	Marca	Laderach
	Precio	USD 8.00
	Peso Neto	2.3. onzas 64 grs
	País de Fabricación	Suiza por Laderach (Schweiz), AG, Enneda Suiza
	País de Distribución	EEUU y otros
Fecha de Fabricación	2025	

Fotografía: AIBD LLC

<https://laderach.com/us-en/10099279-tablet-single-origin-ecuador-70-single-origin>

Chocolates regulares: De producción masiva, con menor porcentaje de cacao y más azúcar o aditivos. Son accesibles, comunes en supermercados y menos costosos. Ejemplo: Hershey’s XL de 4.4 onzas (124 grs)

Imagen N° 5.4.8

PRESENTACIÓN CHOCOLATES REGULARES



Fuente: AIBD LLC

Chocolates de taza: Existe una amplia oferta de chocolates de taza, de marcas locales producidas en EEUU o importados, así como marcas foráneas que se han posicionado muy bien en este mercado. Ejemplo: Luker.

Cuadro N° 5.4.9
PRESENTACIÓN CHOCOLATE DE TAZA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate de Taza
	Presentación	Paquete conteniendo 2 discos de chocolate de taza, empacados con papel en cajas de 12 paquetes. Chocolate orgánico oscuro con almendras, Super Oscuro, Cacao Puro y Chocolate con canela
	Marca	Taza Chocolate
	Precio	USD 5.39
	Peso Neto	2.7 onzas 77 grs
	País de Fabricación	EEUU, por Taza Chocolate de Somerville, Massachusetts.



País de Distribución	EEUU, tienda Whole Foods Manhasset, New York
Fecha de Fabricación	31 de mayo de 2025

Fotografía: AIBD LLC

<https://www.tazachocolate.com/>

Cuadro N° 5.4.10

PRESENTACIÓN CHOCOLATE DE TAZA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate de Taza
	Presentación	Chocolate de taza empacado individualmente con azúcar rubia
	Marca	Luker
	Precio	USD 5.39
	Peso Neto	18 onzas 510.3 grs
	País de Fabricación	Colombia po Casa Luker
	País de Distribución	EEUU, en supermercado Bogopa de Corona, Nueva York
	Fecha de Fabricación	02 de marzo de 2024

Fuente: Bogopa Supermarkets, Fotografía: AIBD LLC

<https://lukerchocolate.com/en>

Cuadro N° 5.4.11

PRESENTACIÓN CHOCOLATE DE TAZA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate de taza con azúcar
	Presentación	4 discos de chocolate envasados en bolsas de plástico
	Marca	Chocolate Ambateño de marca Del Campo
	Precio	USD 5.99
	Peso Neto	8 onzas 226.8 gr.
	País de Fabricación	Ecuador
	País de Distribución	EEUU en supermercado Bogopa de Corona, Nueva York
Fecha de Fabricación	23 de julio de 2024	

Fuente: Bogopa Supermarkets, Fotografía: AIBD LLC
<https://delcampofoods.com/grocery/>

Cuadro N° 5.4.12

PRESENTACIÓN CHOCOLATE DE TAZA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate Cuzco
	Presentación	Tableta empacada individualmente, en la caja de 16 unidades
	Marca	Inca's Food
	Precio	USD 3.89
	Peso Neto	10.6 onzas 300 grs
	País de Fabricación	Perú, para la marca Inca's Food de propiedad de Peruvian Import



País de Distribución	EEUU y otros países donde es distribuido por Peruvian Import Co, Inc., de Passaic, New Jersey
Fecha de Fabricación	04 de octubre de 2024

Fuente: Inca's Food

<https://peruvianimport.com/?s=chocolate>

Chocolates para repostería: Destinados para preparación doméstica o en el hogar, de pastelería, postres, chocolates y golosinas. Ejemplo: marcas privadas de Whole Foods fabricados por Valrhona, Callebaut y otros.

Cuadro N° 5.4.13

PRESENTACIÓN CHOCOLATE PARA REPOSTERIA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Discos de chocolate con leche, Jivara 40%
	Presentación	Chocolates para reposteria en tapers de plástico
	Marca	Marca privada de Whole Foods
	Precio	USD 8.55
	Peso Neto	204.11 grs
	País de Fabricación	Francia, por Valrhona bajo la marca privada de Whole Foods
	País de Distribución	EEUU, tienda Whole Foods Manhasset, New York

Fecha de Fabricación

15 de julio de 2024

Fuente: Whole Foods, Fotografía: AIBD LLC

<https://www.wholefoodsmarket.com/product/valrhona-70-guanaja-chocolate-discs-b079n151x9Cuadro>

N° 5.4.14

PRESENTACIONES DE CHOCOLATES PARA REPOSTERIA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate en bloque semidulce
	Presentación	Chocolate en bloque para uso en repostería
	Marca	Callebaut
	Precio	USD 12.68
	Peso Neto	0.94 libras 426.4 grs
	País de Fabricación	EEUU para la marca privada de Whole Foods
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	01 de junio de 2025

Fuente: Whole Foods, Fotografía: AIBD LLC

<https://www.barry-callebaut.com/en-US>



Fuente: Whole Foods, Fotografía: AIBD LLC

<https://www.barry-callebaut.com/en-US>

Cuadro N° 5.4.15

CHOCOLATE BITTER MARCA LUKER USADO PARA CHOCOLATE DE TAZA Y TAMBIÉN PARA REPOSTERÍA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate amargo
	Presentación	Barra empacada individualmente
	Marca	Luker
	Precio	USD 5.39
	Peso Neto	8.8 onzas 250 grs
	País de Fabricación	Colombia, por Casa Luker
	País de Distribución	EEUU, en supermercado Bogopa de Corona, Nueva York
	Fecha de Fabricación	02 de marzo de 2024

Fuente: AIBD LLC

<https://lukerchocolate.com/en>

Nibs de Cacao: son pequeños trozos de granos de cacao tostados y descascarillados

Cuadro N° 5.4.16

PRESENTACIÓN NIBS DE CACAO ORGANICO ENDULZADO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Nibs de cacao orgánico, endulzado.
	Presentación	Bolsa de nibs
	Marca	Navitas
	Precio	USD 13.79
	Peso Neto	8 onzas 227 gr.
	País de Fabricación	Perú
	País de Distribución	EEUU bajo la marca Navitas
	Fecha de Fabricación	22 de julio de 2024

Fotografía: AIBD LLC

Chocolate con leche: Combina cacao (generalmente 20-40%), manteca de cacao, azúcar y leche en polvo o condensada, lo que le da una textura cremosa y un sabor dulce, menos intenso que el chocolate negro. Es el más consumido a nivel mundial por su suavidad. Ej: Hershey's Milk Chocolate Bar, tableta de 1.55 oz (43 g).

Cuadro N° 5.4.17
PRESENTACIÓN CHOCOLATE CON LECHE

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate con Leche
	Presentación	Tableta
	Marca	Cadbury
	Precio	USD 3.29
	Peso Neto	3.5 Onzas 99 grs
	País de Fabricación	EEUU
	País de Distribución	EEUU
	Fecha de Fabricación	28 de noviembre de 2023

Fuente: Food Emporium, Fotografía: AIBD LLC
<https://www.cadburyusa.com/cadbury/>

Chocolate vegano: Son fabricados sin usar ingredientes de origen animal, utilizando leches vegetales (como avena o almendra) en lugar de lácteos. Suele ser chocolate negro o con alternativas veganas para el chocolate con leche o blanco. Ej: Elements, tableta de 1.8 oz (50 g), Vegano, fair trade y Non-GMO.

Cuadro N° 5.4.18
PRESENTACIÓN CHOCOLATE VEGANO

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACION RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Vegano: Peppermint Dark Chocolate
	Presentación	Tabletas



Marca	Elements
Precio	USD 6.99
Peso Neto	1.8 onzas 50 grs
País de Fabricación	Suiza
País de Distribución	EEUU en tienda Whole Foods de Manhasset New York
Fecha de Fabricación	30 de octubre de 2024

Fuente: AIBD LLC

<https://www.elementstruffles.com/>

5.5 Percepción del Producto(s) peruano

En los EEUU el posicionamiento de los productos extranjeros responde al nivel de su presencia en los mercados, y considerando que en términos de valor en el 2024, los productos peruanos representaron el 2.9% de cacao y derivados que importó EEUU, es decir de los USD 8,073 millones importados por EEUU, Perú abasteció USD 231 millones.

Debe notarse que el mercado de los EEUU es atendido tanto por productos importados y por la producción local que es importante en términos de productos intermedios y productos acabados.

La participación peruana ha ido evolucionando, con una participación de 0.6% en el 2,000, 0.1% en el 2005, 0.3% en el 2010, 0.7% en el 2015, 1.5% en el 2020 hasta alcanzar una participación de 2.9% en el 2024.

En algunos productos la participación peruana es mayor, por ejemplo, en el caso de manteca de cacao, en el 2024 Perú tuvo una respetable participación del 12.9%, con ventas de USD 138 millones de los USD 1,075 millones importados por EEUU.

Otro producto con el cual Perú ha incrementado su participación son los granos de cacao sin tostar, con ventas de USD 57.5 millones de los USD 1,114 millones importados, es decir con una participación de 5.2%.

En el caso de cacao en polvo, Perú tiene una participación de 2% con ventas de USD 8.7 millones de los USD 434 millones importados por EEUU.

Otro producto, con el cual Perú ha empezado a ganar participación son las tabletas de chocolate, de la partida 1806.31.00.41, producto que en años pasados Perú vendía USD 0.00 al mercado de los EEUU. En el 2020 empezó a tener una participación de 0.1% con ventas de USD 21,367 de los USD 34 millones que EEUU importó ese año. En el 2024 Perú participa con 2.5% con ventas de USD 2 millones de los USD 80 millones que EEUU importa.

Finalmente, un productos en el cual Perú es líder absoluto es con cascarilla de cacao con una participación de 71.3%, aunque con un valor de USD 140,156 de los USD 196,523.

Estas cifras sobre las participaciones de Perú en las importaciones de los EEUU reflejan de algún modo la percepción de los productos peruanos.

Sin embargo, se debe precisar que la percepción es distinta entre los miembros de la industria chocolatera: los importadores, fabricantes, distribuidores y minoristas, y la percepción de los consumidores.

Entre la industria Perú ha ganado una mejor posición como un abastecedor de cacao y chocolates de alta calidad y aroma, aun cuando entre los pequeños fabricantes que usan chocolate industrial para sus procesos, aun no es notable. Ellos mencionan en chocolate belga o el chocolate suizo como garantía de calidad. “Yo fabrico con chocolate belga”, es casi un status de calidad y fineza y garantía de que su producto es superior. En algunos casos, algunos de estos fabricantes se especializan en la fabricación de chocolates de origen, ellos ciertamente si conocen de las propiedades de los cacao finos de origen peruano.

Distinta es la apreciación del fabricante Bean To Bar, sobre todo de aquel que fabrica chocolates de origen, ellos si reconocen al cacao peruano y al chocolate peruano como uno de atributos especiales y que quisieran usar.

Lo dicho anteriormente, se puede comprobar por la presencia de chocolates elaborados con cacao o chocolate industrial de origen peruano en la mayoría de las tiendas de chocolates y en supermercados especializados como Whole Foods y Trader Joe’s, siempre se encontrará una o dos marcas que presentan chocolate de origen Perú.

Sin embargo, en tiendas de chocolates europeos como Laderach o Neuhaus no presentan productos de origen peruano, como si lo hacen con tabletas de origen ecuatoriano, que por cierto tiene mayor presencia en los escaparates.

Debe precisarse, que los chocolates de origen sean peruanos, ecuatorianos, de Malasia o de cualquier otro origen, por regla general son fabricados en EEUU por marcas de este país. Son pocas las marcas que ofrecen chocolates fabricados en los países de origen. Salvo los chocolates de taza que masivamente se venden en las tiendas y supermercados étnicos.

En lo que respecta a los consumidores en general, la percepción de positiva o negativa de un chocolate peruano es mínima, salvo que se trate de foodies especializados en chocolates que conocen de la fineza de los cacao peruanos.

Sin embargo, al igual de lo que sucedió con el café, en EEUU los consumidores empiezan a manejar más información sobre los cacao y chocolates, sobre los orígenes y variedades, esto debido al marketing de las marcas y las redes sociales.

En el caso de los consumidores peruanos, la falta de percepción y conocimiento del chocolate peruano es similar o mayor a la del consumidor estadounidense. Salvo aquellos que recibieron regalos de tabletas finas peruanas, pueden dar algún comentario sobre la calidad de los chocolates peruanos. Es un tema desconocido para ellos los recientes descubrimientos que demuestran de que Perú es el centro de origen del cacao y que Perú es el origen de 16 variedades de cacao de las 25 identificadas a la fecha. Y menos conocen que chocolates peruanos recibieron medallas de oro por su calidad.

Por ello es importante desarrollar campañas de promoción, unas enfocadas en la industria y otra dirigida a los consumidores. Sobre todo, para difundir los recientes descubrimientos que colocan a Perú como el punto de origen del cacao y que cuenta con 16 variedades de las 25 conocidas a la fecha.

Sin duda, es la campaña dirigida a la industria la más importante, por ello se debe considerar actividades especiales de promoción en el Salón del Chocolate de Nueva York del 2026 y en el Summer Fancy Food del 2026 (NY), y en el Winter Fancy Faire (Costa Oeste).

La campaña dirigida a los consumidores debe realizarse a través de los diversos festivales de chocolates que se desarrollan en diversas ciudades de EEUU y que se detallan en el capítulo 8.2 de este estudio.

La campaña debe también dirigirse por separado al consumidor peruano residente en EEUU a través de los medios de comunicación, sobre todo impresos y actividades de los clubes y asociaciones para informar donde pueden comprar los chocolates peruanos. Es importante notar, que cuando se comparte información de que el chocolate que vende Mr. Beast es peruano o cuando se comparte información de chocolates como la marca Jcoco usa variedades y origen peruano, los peruanos inmediatamente desean comprarlos para consumirlos ellos mismo y para entregarlos como regalo.

VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

6.1 Medidas Arancelarias

Actualmente, al ser importado a los EEUU los granos de cacao y sus derivados originarios del Perú pagan un arancel Ad Valorem del 10% sobre el valor aduanero. En EEUU el valor aduanero es el valor FAS (Free Alongside Ship), el cual, en la práctica, equivale al valor FOB declarado en el país exportador, es decir, Perú. Esta tasa arancelaria de 10% conocido como “Arancel de Reciprocidad” ha sido implementado recientemente y, si bien aún no se ha confirmado su carácter definitivo, no hay definición sobre su temporalidad o permanencia.

Para comprender cómo se ha llegado a la aplicación de este arancel, es necesario explicar el funcionamiento del sistema arancelario de los Estados Unidos.

El sistema arancelario estadounidense, conocido como el **Harmonized Tariff Schedule (HTS)**, es revisado anualmente con el fin de incorporar nuevas aperturas arancelarias o actualizar las existentes. En este marco, el cacao y sus derivados se clasifican en el **Capítulo 18** del HTS.

A diferencia del arancel peruano, el HTS de los EEUU presenta un nivel de desagregación limitado para los productos derivados de cacao. Las principales partidas son:

- **1801:** Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
- **1802:** Cáscaras, cascarillas, películas y otros residuos de cacao.
- **1803:** Pasta de cacao, tanto sin desgrasar como desgrasada.
 - 1803.10: Pasta de cacao sin desgrasar.
 - 1803.20: Pasta de cacao desgrasada.
- **1804:** Manteca, grasa y aceite de cacao.
- **1805:** Cacao en polvo, sin adición de azúcar ni otro edulcorante.

Como puede observarse, la única partida con subpartidas específicas es la 1803, que distingue entre pasta sin desgrasar (1803.10) y pasta desgrasada (1803.20). Esta estructura arancelaria limita el tratamiento diferenciado para otras formas de cacao, lo que puede afectar las condiciones de acceso al mercado, especialmente cuando se introducen medidas arancelarias generales, como el reciente 10% ad valorem.

Imagen N° 6.1

PARTIDAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 14 (2025)

Annotated for Statistical Reporting Purposes

IV
18-2

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				General	Special	
1801.00.00	00	Cocoa beans, whole or broken, raw or roasted.....	kg.....	Free ^{1/}		Free
1802.00.00	00	Cocoa shells, husks, skins and other cocoa waste.....	kg.....	Free ^{1/}		10%
1803		Cocoa paste, whether or not defatted:				
1803.10.00	00	Not defatted.....	kg.....	Free ^{1/}		6.6c/kg
1803.20.00	00	Wholly or partly defatted.....	kg.....	0.2c/kg ^{1/}	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	6.6c/kg
1804.00.00	00	Cocoa butter, fat and oil.....	kg.....	Free ^{1/}		25%
1805.00.00	00	Cocoa powder, not containing added sugar or other sweetening matter.....	kg.....	0.52c/kg ^{1/}	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	6.6c/kg

Fuente: HTSUS United States

Todo lo contrario, ocurre en la partida 1806, correspondiente a chocolates y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao. El arancel de los Estados Unidos presenta un nivel de desagregación mucho más detallado, al contar con 78 partidas arancelarias nacionales, en contraste con el arancel peruano, que únicamente incluye 6 partidas nacionales para esta misma partida. Esta mayor especificidad en la nomenclatura estadounidense permite una diferenciación más precisa entre productos, como chocolates con o sin relleno, chocolates en distintas formas (tabletas, gotas, pastillas), así como según su uso (industrial, retail, confitería, etc.). A modo de ejemplo, en el siguiente gráfico se presentan algunas de las partidas arancelarias nacionales correspondientes a chocolates sin rellenar bajo la subpartida 1806.32:

Imagen N° 6.2

PARTIDAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		2
				General	Special	
1806 (con.)		Chocolate and other food preparations containing cocoa: (con.)				
1806.32 (con.)		Other, in blocks, slabs or bars: (con.)				
		Not filled: (con.)				
		Preparations consisting wholly of ground cocoa beans, with or without added cocoa fat, flavoring or emulsifying agents, and containing not more than 32 percent by weight of butterfat or other milk solids and not more than 60 percent by weight of sugar: (con.)				
		Containing butterfat or other milk solids (excluding articles for consumption at retail as candy or confection): (con.)				
		Other:				
1806.32.14	00	Described in additional U.S. note 3 to this chapter and entered pursuant to its provisions.....	kg..... kg cmsc	5% ^{1/}	Free (A, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	40%
1806.32.16	00	Other: Containing less than 21 percent by weight of milk solids.....	kg..... kg cmsc	37.2c/kg + 4.3% ^{1/}	Free (BH, CL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, SG) 2.4c/kg + 0.2% (CO) See 9822.04.25 (AU) See 9823.08.01-9823.08.38 (S+)	43.8c/kg + 5%
1806.32.18	00	Other ^{2/}	kg..... kg cmsc	52.8c/kg + 4.3% ^{1/}	Free (BH, CL, JO, KR, MA, OM, P, PE, SG) 3.5c/kg + 0.2% (CO, PA) See 9822.04.25 (AU) See 9823.08.01-9823.08.38 (S+)	62.1c/kg + 5%
1806.32.30	00	Other.....	kg.....	4.3% ^{1/}	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	40%

Fuente: HTSUS United States

Como todo sistema arancelario, el Arancel de los Estados Unidos está estructurado en columnas que incluyen: el código de la partida arancelaria, la descripción del producto, la unidad de medida y las tasas de impuestos aplicables.

Estructura de la columna de tasas arancelarias

La columna de tasas arancelarias está dividida en:

Columna (1): Aplica a la mayoría de los países.

Columna (2): Aplica a países con sanciones comerciales, como Rusia, Bielorrusia, Cuba y Corea del Norte, imponiendo tasas arancelarias elevadas que en la práctica restringen las importaciones desde dichos países.

La Columna (1), a su vez, se subdivide en dos sub-columnas:

General: Detalla las tasas que se aplican a los países que no gozan de preferencias arancelarias. Estas tarifas pueden ser ad valorem, específicas o mixtas.

Especial: Incluye siglas correspondientes a acuerdos comerciales o regímenes preferenciales, indicando reducciones o exenciones arancelarias.

Para el Tratado de Libre Comercio Perú-Estados Unidos, la sigla utilizada es “PE”, que aparece generalmente junto a la palabra “FREE”, lo que indica ingreso sin pago de impuestos de importación del producto originario del Perú al mercado estadounidense.

Si en la sub-columna especial aparece la mención “FREE (PE)”, significa que el producto está exonerado del pago de arancel cuando es importado desde Perú.

Aplicación de arancel de reciprocidad: situación extraordinaria

A pesar del TLC vigente desde 2009, el presidente Donald Trump, mediante una orden ejecutiva emitida bajo la Ley de Poderes Económicos de Emergencia Internacional (IEEPA), declaró una “emergencia nacional” en abril de 2025, alegando que ciertas prácticas comerciales extranjeras afectaban la economía y seguridad nacional de EEUU

Como resultado, se impuso un arancel base del 10% sobre la mayoría de los productos importados de 184 países, incluido Perú, el cual entró en vigor el 5 de abril de 2025 a las 00:01 h (EST). Este arancel se aplicó incluso a productos que anteriormente estaban exentos bajo acuerdos comerciales preferenciales.

Algunas características del arancel:

Código arancelario aplicable: 9903.01.25

Afecta a productos que normalmente ingresaban libres de impuestos desde Perú bajo el TLC.

Otros países fueron sujetos a tarifas más altas (superiores al 10%), pero dichas tarifas fueron suspendidas por una nueva orden ejecutiva del 10 de abril de 2025, manteniéndose una tarifa uniforme del 10% para todos los países hasta el 9 de julio de 2025, excepto algunos países como es el caso de la República Popular de China.

Imagen N° 6.3

PARTIDAS ARANCELARIAS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 7 (2025)

Annotated for Statistical Reporting Purposes

XXII
99 - III - 298

Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				1		2
				General	Special	
9903.01.25		Except for products described in headings 9903.01.26-9903.01.33, and except as provided for in heading 9903.01.34, articles the product of any country, except for articles the product of a country enumerated in subdivision (v)(xiii) of U.S. note 2 to this subchapter that are entered for consumption, or withdrawn from warehouse for consumption, after 12:01 a.m. eastern daylight time on April 9, 2025, and that were not in transit on the final mode of transit prior to 12:01 a.m. eastern daylight time on April 9, 2025, as provided for in subdivision (v) of U.S. note 2 to this subchapter.....		The duty provided in the applicable subheading + 10%	The duty provided in the applicable subheading + 10%	The duty provided in the applicable subheading

Fuente: HTSUS United States

Debe destacarse que algunos países proveedores de cacao y sus derivados hacia los Estados Unidos tienen asignados aranceles de reciprocidad superiores al 10%, aunque dichos aranceles se encuentran actualmente suspendidos hasta el 9 de julio de 2025.

Entre los casos más relevantes:

- Costa de Marfil, principal proveedor de cacao en grano, tiene asignado un arancel de reciprocidad del 21%.
- Indonesia, importante abastecedor de manteca de cacao, posee una tasa arancelaria asignada del 32%.
- Madagascar, proveedor de cacaos finos y chocolates industriales, enfrenta un arancel de reciprocidad del 47%.

A pesar de estas tarifas asignadas, durante el periodo de suspensión (hasta el 9 de julio de 2025), a estos países se les viene aplicando una tasa uniforme del 10%, similar a la aplicada al Perú.

Incertidumbre en la política arancelaria de EEUU

La actual política arancelaria de los Estados Unidos presenta un alto grado de incertidumbre, tanto para exportadores como para importadores, ya que no se ha definido oficialmente cómo se implementarán los aranceles de reciprocidad después del 9 de julio de 2025.

Según analistas del sector, es probable que:

Se mantenga el arancel uniforme del 10% para todos los países.

Se descarten las tarifas diferenciadas más altas, particularmente para aquellos países que han negociado condiciones más favorables o recíprocas hacia los intereses comerciales de los EEUU

Esta situación plantea riesgos para la planificación logística y comercial, especialmente para empresas importadoras estadounidenses que dependen de insumos clave como cacao en grano, manteca de cacao y chocolates industriales, así como para exportadores de países actualmente beneficiados por la suspensión temporal.

6.2 Medidas No Arancelarias

6.2.1 Medidas Técnicas

Requisitos Sanitarios - Agroindustria

Para el ingreso a los Estados Unidos se requiere:

DIGESA:

- Certificado Libre Venta o Libre Comercialización.
- Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (Se debe de adjuntar el Informe de análisis físico químico y microbiológico del producto a exportar emitido por un laboratorio acreditado ante el INACAL, packing list, Informe de inspección del lote y Copia de Resolución por Habilitación Sanitaria Vigente [Cumplimiento de BPM, HACCP y Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES)].

VUCE:

- DGS006 - Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano - PRODUCTO NACIONAL (TUPA: 30).
- DGS004 - Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en el país (TUPA: 33). (Pre – requisito DGS006).
- DGS002 - Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (TUPA: 34).

LMR (Límite Máximo de Residuos de Plaguicidas)

La EPA es la autoridad competente en EEUU y la Ley FIFRA requiere que todos los pesticidas utilizados en el país estén registrados. También establece medidas de tolerancia seguras para residuos químicos en alimentos domésticos e importados.

Tabla 6.1.1.2

LMR DE PLAGUICIDAS

Ingrediente Activo	Valor (ppm)
Broflanilide	0.01
Carfentrazone-ethyl	0.1
Chlorantraniliprole	0.08
Chlorothalonil	0.05
DDT (DDE, DDD)	1
Dichlorvos	0.5
Dichlorvos	0.5
Dichlorvos	2

Etofenprox	5
Glyphosate	0.2

Fuente: PROMPERU

Elaboración: Propia

Habilitación Sanitaria y la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP

Todas las plantas de procesamiento de alimentos deben obtener una autorización sanitaria de procesamiento primario y cumplir con las Buenas Prácticas de Producción e Higiene.

DIGESA:

Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (Croquis de ubicación del establecimiento de fabricación, Licencia de Funcionamiento del establecimiento sea provisional o definitiva para la condición que solicita la habilitación, Última versión del Plan HACCP por la línea de producto actualizado, Programa de higiene y saneamiento y Manual de Buenas Prácticas de Manufactura y contar con estudios que sustenten el tiempo de vida útil declarado en la descripción del producto).

VUCE

- DGS032 - Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (TUPA: 35).

Etiquetado

El marcado y el etiquetado se regulan por el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 "Food Labeling" (21 CFR 101). Tener en consideración:

- Envases destinados a la Venta al por Menor.
- Naturaleza del Producto: Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase, deberá ser etiquetado con el nombre del producto y, facultativamente, con el nombre de la variedad y/o tipo comercial.
- Envases destinados a la Venta al por Mayor.
- Identificación, Nombre y dirección del Exportador, Envasador y/o Distribuidor. Código de identificación (facultativo). Naturaleza y Nombre del Producto - Nombre de la variedad (facultativo).
- Origen del Producto.
- País de origen y, facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción.
- Identificación Comercial – Categoría - Calibre expresado en diámetros mínimo y máximo (si están clasificados por calibre).
- Marca de Inspección Oficial
- Idioma (La Ley exige que todos los elementos aparezcan declarados en inglés)

Envase y embalaje

- La Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA) regula el envasado y etiquetado de alimentos para mejorar la seguridad y mantener informados a los consumidores.
- Los exportadores serán responsables de que los embalajes al ser exportados cumplan con las reglamentaciones establecidas para el caso por las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria de los países de destino.

- Cuando se utilizan embalajes de madera para la exportación en Perú, estas deberán contar con un sello que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas.
- La NIMF 15 entiende como embalaje de madera a: pellets, la madera de estiba, jaulas, bloques, barriles, cajones, tablas para carga, collarines de paletas y calces.

Análisis de Cadmio. - el análisis de cadmio se requiere para garantizar la inocuidad de los granos de cacao importados a los EE. UU., cumplir con regulaciones estatales como la Proposición 65 de California, proteger la salud de los consumidores y mantener la competitividad en el mercado. Los exportadores deben realizar pruebas acreditadas, como las basadas en la norma ISO/IEC 17025:2017, para certificar que los niveles de cadmio están dentro de los límites aceptables

Imagen N° 6.1.1.1

CERTIFICADO DE CONTENIDO DE CADMIO

TEST LABORATORY ACCREDITED BY THE PERUVIAN ORGANIZATION OF INACAL ACCREDITATION - DA WITH REGISTRATION N° LE - 031

INACAL DA - Perú Laboratorio de Ensayo Acreditado

TEST REPORT WITH OFFICIAL VALUE N° AG: [REDACTED]

Pag. 1 / 1

Accredited body : INSPECTORATE SERVICES PERÚ S.A.C
 Registration of Accreditation : N° LE - [REDACTED]
 Client : [REDACTED]
 Address : [REDACTED]

Product : M2: PASTA DE CACAO ORGANICO
 Presentation : Polyethylene bag
 Origin of the sample : Sample detailed by customer
 Information established by the Client (b) : M2
 -Producer Name : [REDACTED]
 -Barracks / Lot (Parcel / Sector) : [REDACTED]
 -Sampler (Shift / [REDACTED]
 -Sampling date : [REDACTED]
 -Composito : YES
 -Organic sample : YES

Number of samples : 1 samples
 Sample receipt date(dd/mm/yyyy) : [REDACTED]
 Analysis start date(dd/mm/yyyy) : [REDACTED]
 Analysis end date(dd/mm/yyyy) : [REDACTED]
 Work order : [REDACTED]

Parameter	Result	LOQ	Unit
Cadmium (Cd)	0,384	0,007	mg/Kg

Methods
 CADMIUM AOAC 999.11 21st Edition 2019 Lead, Cadmium, Copper, Iron, and Zinc in Foods. Atomic Absorption Spectrophotometry after dry ashing.

L.O.Q: Limit of quantification
 (b) This information is provided by the customer so the laboratory is not responsible for it.

Fuente: Revista Chocolate Connoisseur

6.2.2 Medidas No Técnicas

Se suelen utilizar como instrumentos de política comercial que se aplican para contrarrestar determinados efectos negativos de las importaciones en el mercado del país importador.

Certificaciones Voluntarias

Principales certificaciones:

- HACCP
- BRC Global Standard for Food Safety
- Safe Quality Food Program - SQF
- Fair Trade

**Imagen N° 6.1.1.2
CERTIFICADO FAIRTRADE**



Fuente: revista Chocolate Connoisseur

b. Orgánico

Exigencias relacionadas con la producción y procesamiento de productos orgánicos, establecida en el Perú y en el mercado de destino. El Programa Nacional Orgánico (NOP) desarrolla las reglas y regulaciones para la producción, manejo, etiquetado y aplicación de todos los productos orgánicos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Este proceso incluye aportes de la Junta Nacional de Normas

Orgánicas y el público. Todos los productos que llevan una indicación de producción orgánica tienen que cumplir estas normas.

**Imagen N° 6.1.1.3
CERTIFICADO ORGANICO**



Fuente: revista *Chocolate Connoisseur*

c. FDA (Food and Drug Administration)

Para llevar a cabo ciertas disposiciones de la Ley de Bioterrorismo, la FDA estableció regulaciones que requieren que:

- Las instalaciones de alimentos se registran en la FDA, y dan aviso previo al FDA sobre los envíos de alimentos importados.

Paso 1: El exportador o dueño de la instalación de alimentos deberá crear un Account ID de forma online a través del FDA Industry Systems.

Paso 2: Registro de las instalaciones, además de los datos de la instalación es necesario consignar los datos de un Agente en Estados Unidos, el FDA solicita renovar este registro entre octubre y diciembre de cada año par.

Ahora también es necesario que la instalación gestione su Número DUNS, se puede hacer de forma gratuita en el FDA DUNS Portal.

Paso 3: Notificaciones Previas o Prior Notices por cada exportación, se realiza por embarque y presentación del producto, en el lapso desde 15 días antes de llegar la mercancía a los Estados Unidos. La fecha límite para la recepción del aviso depende del medio de transporte que se use:

- Si es por vía marítima, se tendrá un plazo de 8 horas antes de la llegada al puerto.
- Si es por aire o por vía férrea, 4 horas antes de la llegada al puerto.

- Si es por tierra (carretera), el aviso deberá remitirse en un mínimo de 2 horas antes de la llegada al puerto de entrada.

6.3 Normas Privadas

- **Import Security Filing ISF 10+2**

El 26 de enero del año 2009 entró en vigor la norma "Importer Security Filing and Additional Carrier Requirements" comunmente identificado como ISF 10+2, esta norma se aplica a toda carga importada que llega a EEUU vía marítima, el incumplimiento de esta norma podría resultar en sanciones monetarias, el aumento de las inspecciones y el retraso de la carga.

Se exigen los siguientes diez (10) elementos de datos del importador y se deben enviar 24 horas antes de cargarse el buque con destino a los EEUU

- Datos del vendedor
- Datos del vendedor
- Datos del comprador
- Número de Registro del importador
- Número de Registro del consignatario
- Datos del fabricante o proveedor
- Ship to party o destinatario
- País de origen
- Partida arancelaria, según el Commodity Harmonized Tariff Schedule
- Datos del lugar de llenado del contenedor
- Datos del consolidador

Los siguientes elementos son exigidos por el transportista, Declaración de seguridad del transportista (Carrier Security Filing)

- Plan de estiba del buque
- Mensajes de estatus de los contenedores
- SUSTAINABILITY MAP: Es una herramienta desarrollada por ITC y brinda información sobre las principales certificaciones exigidas por producto y país destino.
- Dun & Bradstreet: Sistema de Numeración Universal de Datos - DUNS® es la principal fuente mundial de información comercial y visión de negocio, lo que permite a las empresas tomar decisiones con confianza para mitigar el riesgo de crédito y el proveedor, aumentar el flujo de caja y un aumento de la rentabilidad.
- CTPAT: Customs Trade Partnership Against Terrorism

VII. LOGÍSTICA

7.1 Canales de Distribución

7.1.1 Rutas de Acceso

Para el transporte del producto al mercado estadounidense, sólo existen dos maneras, vía marítima y vía aérea.

7.1.1.1. Rutas marítimas.

Existen tres rutas marítimas para transportar el producto al mercado de Estados Unidos, entre ellos por la Costa del Golfo, la Costa Este y la Costa Oeste de Estados Unidos.

Cuadro N° 7.1.1.1.1

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA DEL GOLFO DE ESTADOS UNIDOS

Costa del Golfo EEUU			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Cartagena (Colombia)	12	SEMANAL
Callao	Veracruz (México)	16	SEMANAL
Callao	Houston (Estados Unidos)	17	SEMANAL
Callao	New Orleans (Estados Unidos)	21	SEMANAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.2

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA DEL GOLFO DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
1,600	1,800	3,000	80

1,800	2,400	5,500	105
1,900	2,600	5,600	137
2,000	2,700	5,750	137

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Elaboración: Propia

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

Cuadro N° 7.1.1.3

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA ESTE DE ESTADOS UNIDOS

Costa Este EE.UU			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Balboa (Panamá)	3	SEMANAL
Callao	Miami (Estados Unidos)	16	SEMANAL
Callao	Port Everglades (Estados Unidos)	18	SEMANAL
Callao	Charleston (Estados Unidos)	18	SEMANAL
Callao	Norfolk (Estados Unidos)	19	SEMANAL
Callao	Baltimore (Estados Unidos)	24	SEMANAL
Callao	New York (Estados Unidos)	14	SEMANAL
Callao	Montreal (Canadá)	19	SEMANAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.4

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA ESTE DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
1,600	2,100	2,800	80
1,800	2,300	3,550	90
2,412	3,604	4,874	80
2,300	3,500	4,700	110
2,400	3,600	4,750	100
2,500	3,650	4,750	80
2,650	3,650	4,800	80
2,700	3,650	5,300	120

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

Cuadro N° 7.1.1.5

RUTA MARÍTIMA DE LA COSTA OESTE DE ESTADOS UNIDOS

Costa Oeste EE. UU			
Puerto de origen	Puerto de destino	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Manzanillo (México)	7	SEMANTAL
Callao	San Diego (Estados Unidos)	20	SEMANTAL
Callao	Long Beach (Estados Unidos)	22	SEMANTAL
Callao	Los Ángeles (Estados Unidos)	20	SEMANTAL
Callao	Oakland (Estados Unidos)	28	SEMANTAL
Callao	Vancouver (Estados Unidos)	26	SEMANTAL
Callao	Seattle (Estados Unidos)	31	SEMANTAL

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Cuadro N° 7.1.1.1.6

TARIFA PROMEDIO DE FLETE POR CONTENEDOR POR LA COSTA OESTE DE ESTADOS UNIDOS

US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)			
Contenedores			Mercadería Consolidada Tm/m ³
20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	
2,400	3,700	5,500	80
2,500	3,700	5,500	80
2,600	3,750	5,600	80
2,650	3,750	5,650	80
2,700	3,800	6,000	110
2,800	3,900	6,100	131
2,950	4,000	6,200	120

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

7.1.1.2. Rutas aéreas.

Existen 8 rutas aéreas por los siguientes aeropuertos a los EEUU y para poder elegir la mejor ruta, se debe observar el menor tiempo de tránsito, los números de escala, así como los costos de flete.

Rutas aéreas directas desde Perú (Lima) a los Estados Unidos:

- Lima (LIM) a Miami (MIA):

- Aerolíneas: American Airlines (Oneworld), LATAM Airlines, Sky Airline, Sky Airline Perú.
- Duración promedio: 6 a 8 horas.
- Distancia: 2,622 millas.
- Lima (LIM) a Atlanta (ATL):
 - Aerolíneas: Delta Air Lines (SkyTeam), LATAM Airlines.
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.
- Lima (LIM) a Fort Lauderdale (FLL):
 - Aerolínea: Spirit Airlines (ruta estacional, opera de agosto a noviembre).
 - Duración promedio: Similar a Miami, alrededor de 6 a 8 horas.
- Lima (LIM) a Houston (IAH):
 - Aerolínea: United Airlines (Star Alliance).
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.
- Lima (LIM) a Los Ángeles (LAX):
 - Aerolínea: LATAM Airlines.
 - Duración promedio: 10 a 12 horas.
 - Distancia: 4,176 millas.
- Lima (LIM) a Nueva York (JFK):
 - Aerolínea: LATAM Airlines.
 - Duración promedio: 9 horas y 57 minutos.
 - Distancia: 3,645 millas.
- Lima (LIM) a Nueva York (EWR):
 - Aerolínea: United Airlines (Star Alliance).
 - Duración promedio: Similar a JFK, alrededor de 9 horas.
- Lima (LIM) a Orlando (MCO):
 - Aerolínea: LATAM Airlines (estacional).
 - Duración promedio: Aproximadamente 7 a 9 horas.

Fuente: Travelocity y Kayak

Cuadro N° 7.1.1.1.7

TARIFA AÉREO PROMEDIO DE FLETE POR KILOS EN LAS 11 RUTAS

Flete Aéreo Promedio	
Tarifa por Kilo	
0 - 50 Kilos	US\$ 6.00/KG
52 - 100 Kilos	US\$ 3.50/KG
101 - 300 Kilos	US\$ 2.80/KG
301 - 500 Kilos	US\$ 2.50/KG
501 - 1,000 Kilos	US\$ 2.30/KG

Fuente: Promperú. Herramientas Logísticas de Exportación

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

7.1.2 Costos Logísticos

Cuadro N° 7.1.2
TARIFA AÉREO PROMEDIO DE FLETE POR KILOS

Cantidad a Exportar	1	caja
	200	unidades
	10	kg
Concepto	Variable	Subtotal (USD)
Costo del producto		\$547.82
Utilidad	30%	\$164.35
EXW		\$712.17
Estiba de la carga (US\$)		\$6.00
Transporte interno al aeropuerto (US\$)		\$4.25
Almacenamiento (US\$)		\$35.40
Comisión de agente de aduana (US\$)		\$15.00
Emisión de Bill of lading (US\$)		\$50.00
Handling (US\$)		\$70.80
Otros gastos de embarque (US\$)		\$59.00
FAS		\$952.62
Estiba de la carga al buque (US\$)		\$66.00
FOB		\$1,018.62

Fuente: Agente de Carga Internacional

Elaboración: Propia

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

7.1.3 Principales Agencias de Transporte

7.1.3.1. Líneas marítimas

Las líneas marítimas de Estados Unidos juegan un papel vital en el transporte de mercancías y pasajeros a lo largo de las extensas costas del país y a través de las aguas internacionales. Con una economía altamente conectada al comercio internacional, las líneas marítimas de EEUU operan en puertos estratégicos en la Costa Este, Costa Oeste y Costa del Golfo, facilitando el flujo eficiente de bienes y personas.

a. Costa del Golfo EEUU

Las líneas marítimas que operan en esta región juegan un papel crucial en el transporte de mercancías y pasajeros, conectando puertos vitales como Houston, Nueva Orleans y Tampa, entre otros.

Cuadro N° 7.1.3.1
LÍNEAS MARÍTIMAS EN COSTA DEL GOLFO EEUU

Líneas Navieras	Callao - Cartagena					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida

20 pies: \$1900	\$137	Hamburg Sud	Columbus	Alconsa	11	semanal
40 pies: \$2600		MSC	MSC PERU	LICSA	19	semanal
40 pies refrigerado: \$5600		Hamburg SUD	Columbus	Alconsa	23	semanal
		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	15	semanal
Líneas Navieras	Callao - New Orleans					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$2000	\$137	MSC	MSC PERU	LICSA	20	semanal
40 pies: \$2700		Hamburg SUD	Columbus	Alconsa	27	semanal
40 pies refrigerado: \$5750		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	17	semanal

Fuente: Rutas Marítimas – Promperú

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

b. Costa del Este EEUU

Las líneas marítimas que operan en esta área facilitan el transporte de mercancías y pasajeros entre las principales ciudades y puertos de la región, además de mantener conexiones con Europa y otros destinos internacionales.

Cuadro N° 7.1.3.2

LÍNEAS MARÍTIMAS EN COSTA ESTE

Líneas Navieras	Callao -Miami					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$1800	\$90	MSC	MSC PERU	LICSA	13	semanal
40 pies: \$2300						
40 pies refrigerado: \$3550		Hamburg SUD	COLUMBUS	Alconsa	18	semanal
		Seaboard Marine	Seaboard Perú	Ransa	18	semanal
Líneas Navieras	Callao - New York					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies:		MSC	MSC PERU	LICSA	14	semanal

\$2650	\$80					
40 pies: \$3650						
40 pies refrigerado: \$4800		HAPAG LLOYD	TRAMARSA	DPWORLD	14	semanal

Fuente: Rutas Marítimas - Promperú

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

c. Costa Oeste EEUU.

Las líneas marítimas que operan en la Costa Oeste son fundamentales para la conexión con el Pacífico y el comercio internacional con Asia y otras partes del mundo.

Líneas Navieras	Callao - Los Ángeles					
Tarifa promedio de flete por contenedor	Mercadería consolidada Tm/m ³	Línea Naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
20 pies: \$2650	\$80	MSC	MSC PERU	LICSA	22	semanal
40 pies: \$3750						
40 pies refrigerado: \$5650		HAMBURG SUD	COLUMBUS	Alconsa	19	semanal

Fuente: Rutas Marítimas – Promperú

Nota: las tarifas son referenciales y varían en el tiempo. Se recomienda cotizar directamente con una agencia de carga.

7.2 Canales de Comercialización

A continuación, se detallan los canales de comercialización en el mercado de Estados Unidos para cada producto derivado del cacao, de manera breve y específica:

7.2.1. Cacao en grano

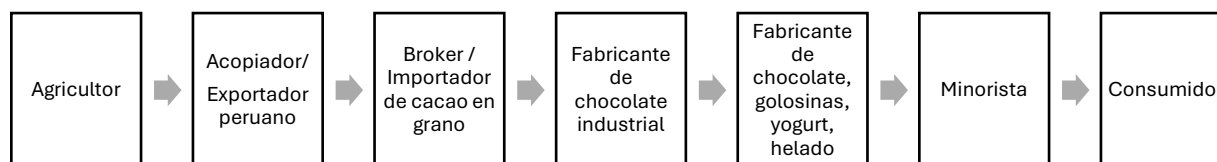
7.2.1.1. Las empresas importadoras de cacao en grano

Los importadores de cacao en grano: se pueden dividir en 3:

Grandes importadores que compran cacao en grano y derivados, para su propio uso en la fabricación de chocolate industrial y otros derivados, y para distribuirlos a fabricantes de chocolates, golosinas, fabricantes de pasteles, fabricantes de helados, etc. Destacan la empresa Barry Callebaut (<https://www.barry-callebaut.com/en-US/manufacturers/product-filter>) que cuenta con tres canales: uno para fabricantes de alimentos y bebidas, otro para cafeterías (vending & beverage), y el tercero para chocolateros artesanales y chefs. Otro gran importador es la empresa Olam America, Inc. (<https://www.ofi.com/products-and-ingredients/cocoa.html>), que importa granos de cacao, y que a través de su subsidiaria Olam Food Ingredients (OFI) transforma y distribuye ingredientes derivados de cacao para diversas industrias. También vende granos a cacao a otras empresas.

Imagen N° 7.2.1.1

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAOS FINOS



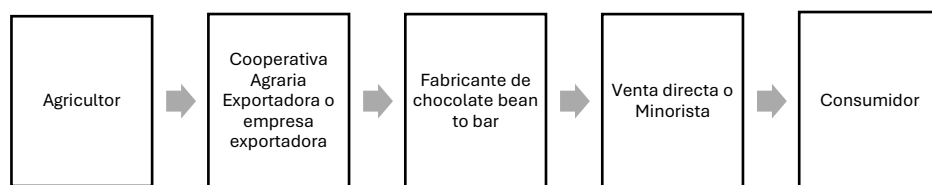
Elaboración: AIBD LLC

Fabricantes “Bean To Bar” de chocolates que importan directamente. - son fabricantes de chocolates que importan para su uso propio los granos de cacao, por regla general tienen una producción pequeña, aunque con el crecimiento de la tendencia de chocolates finos algunos grandes y medianos fabricantes han incursionado en el segmento de chocolates de origen único. Ejemplos de fabricantes Bean to Bar que importan directamente sus granos son: Dandelion Chocolate www.dandelionchocolate.com, French Broad Chocolates www.frenchbroadchocolates.com, Ritual Chocolate www.ritualchocolate.com, Askinosie Chocolate www.askinosie.com y Mindo Chocolate Makers www.mindochocolate.com.

Con la creciente demanda de chocolates premium y la especialización de los fabricantes que producen chocolates de variedad única y de origen, un creciente número de estas empresas hacen un esfuerzo para hacer ellos mismo el sourcing de sus granos de cacao, buscan conocer a los agricultores, las fincas donde se siembran y de ser posible importar directamente de estos agricultores, y si los agricultores no saben exportar, realizan sus importaciones con la intervención de una cooperativa o una empresa exportadora.

Imagen N° 7.2.1.2

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAOS FINOS



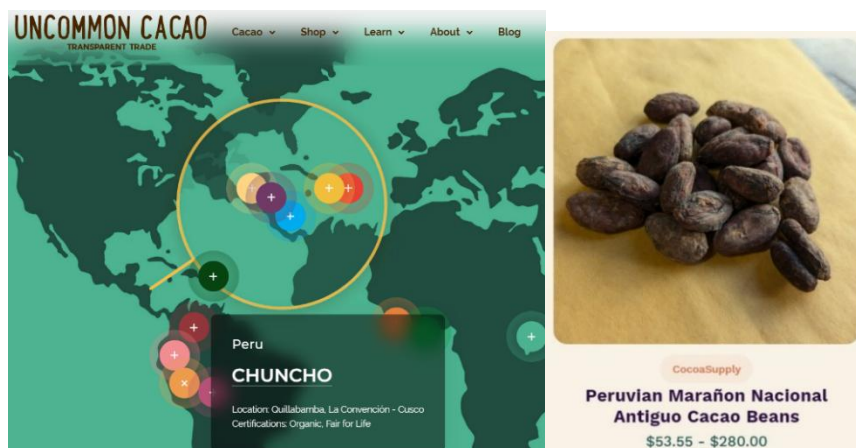
Fuente: AIBD LLC

Importadores Distribuidores de cacaos finos. - son empresas especializadas en la importación de granos de cacaos finos que distribuyen a fabricantes a pequeña escala de chocolates bean to bar, sean artesanales o finos. Aunque también ofrecen productos derivados como manteca de cacao y nibs, su servicio de importación de granos crudos es la actividad principal del negocio.

Una empresa conocida es Uncommon Cacao (<https://www.uncommoncacao.com/>), que en su página web publicita a Perú con cacao Chunchu. Otra empresa es CocoaSupply (<https://cocoasupply.com/>)

Imagen N° 7.2.1.3

EMPRESAS DE CACAOS FINOS

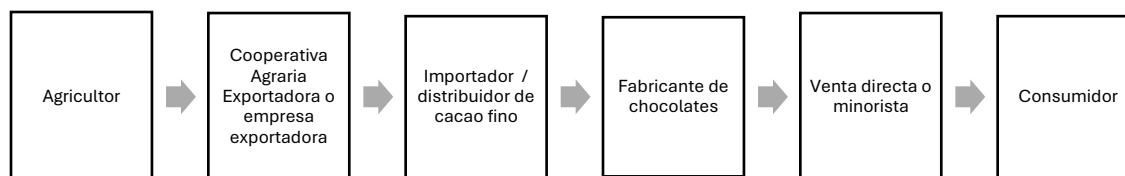


Fuente: AIBD LLC

Estos distribuidores atienden a fabricantes bean to bar que compran en volúmenes pequeños y por lo tanto les conviene comprar los granos localmente. La mayoría de este tipo de empresas - distribuidores de cacao finos- oferta variedades peruanas lo que denota la importancia del Perú como productor y proveedor de variedades finas.

Imagen N° 7.2.1.4

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CACAOS FINOS



Fuente: AIBD LLC

7.2.1.2. Mercados de commodities:

El cacao se negocia en la bolsa de productos ICE Futures U.S., antes conocida como el NY Board of Trade, principalmente mediante contratos de futuros, que son acuerdos estandarizados para comprar o vender una cantidad específica de cacao en una fecha futura a un precio acordado. Estos contratos son instrumentos financieros derivados que permiten a los participantes gestionar riesgos o especular sobre los movimientos de precios del cacao. El símbolo de este contrato es “CC” y tiene las siguientes especificaciones:

Tamaño del contrato: Cada contrato representa 10 toneladas métricas de cacao.

Precio: Se cotiza en dólares estadounidenses por tonelada métrica, con una fluctuación mínima de precio de USD 1, equivalente a USD 10 por contrato.

Meses de vencimiento: Los contratos vencen en marzo, mayo, julio, septiembre y diciembre.

Horario de negociación: En ICE Futures U.S., la negociación ocurre de 4:45 a 13:30 horas tiempo del Este.

Liquidación: La mayoría de los contratos se liquidan financieramente (es decir, no implican entrega física), pero ICE también permite la entrega física del cacao en ciertos casos.

Participantes en la negociación:

Productores y procesadores: Utilizan los futuros para protegerse contra la volatilidad de los precios (hedging). Por ejemplo, productores en países como Costa de Marfil, Ghana o Ecuador aseguran un precio futuro para sus cosechas.

Especuladores: Inversores que buscan beneficiarse de las fluctuaciones de precios sin intención de recibir o entregar cacao físico.

Inversionistas institucionales: Incluyen fondos de cobertura y otros grandes inversores que diversifican sus carteras.

Comerciantes y exportadores: Intermediarios que compran cacao físico a productores y lo venden a procesadores o fabricantes.

Instrumentos adicionales: Además de los futuros, se negocian opciones sobre futuros, que otorgan el derecho (pero no la obligación) de comprar o vender un contrato de futuros a un precio específico antes de una fecha determinada. Estas opciones ofrecen flexibilidad para gestionar riesgos o especular.

Es importante notar que los brokers facilitan el acceso al mercado de futuros de cacao en ICE Futures U.S., ya sea a través de contratos de futuros, opciones, o CFDs (Contratos por Diferencia). Como ejemplo se listan a los siguientes brokers: Libertex <https://libertex.org/agriculture/cocoa>, XTB <https://www.xtb.com/en/commodities/cocoa>, AvaTrade <https://www.avatrade.com/trading-info/financial-instruments-index/commodities/cocoa>

7.2.2. Chocolate industrial (coberturas y chocolate para procesamiento)

7.2.2.1. B2B o Canal Industrial y Horeca.- Los grandes fabricantes e importadores de chocolate industrial, cacao en polvo, manteca de cacao, como Barry Callebaut venden directamente a fabricantes de chocolates, golosinas, pasteles, helados, fabricantes de cosméticos y también a restaurantes, cafeterías y negocios de food service.

7.2.2.2. B2C o Canal de Consumo Doméstico.- Son los mismos productos, pero en presentaciones para uso familiar, que se expenden en supermercados, en tiendas especializadas y por comercio electrónico. Ej: El área de chocolates especiales de Whole Foods y tiendas como New York Cake <https://nycake.com/collections/real-chocolate-candy-coating-cocoa-butter>

Imagen N° 7.2.2.1

CHOCOLATE DE LECHE, CHOCOLATE OSCURO, CHOCOLATE BLANCO Y CACAO EN POLVO, PARA REPOSTERÍA - VENTA AL POR MENOR, EN TIENDA WHOLE FOODS



Fuente: Whole Foods, Fotografía: AIBD LLC
<https://www.barry-callebaut.com/en-US>

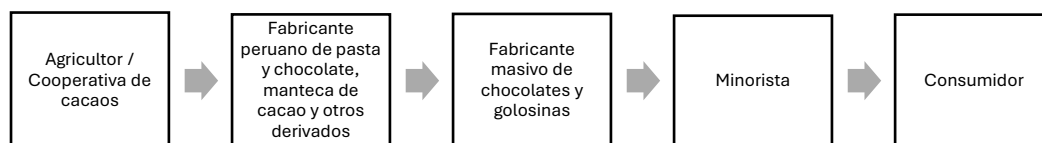
La cadena de chocolate industrial y de manteca de cacao son similares. Usualmente los fabricantes extranjeros lo exportan directamente al fabricante de chocolates y golosinas estadounidense, aunque en esta cadena también puede participar un importador/distribuidor.

En esta cadena participan fabricantes de manteca de cacao y cacao en polvo ubicados en Indonesia, Malasia, Costa de Marfil y Ghana que se han especializado en la fabricación y exportación de estos productos.

Debe notarse que el chocolate industrial, también puede elaborarse a partir de cacaos finos, que se venden a empresas que fabrican chocolates premium a partir de chocolate industrial.

Imagen N° 7.2.2.2

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE PASTA DE CHOCOLATE / MANTECA DE CACAO



Fuente: AIBD LLC

7.2.3. Chocolates de boca (tabletas, bombones, barras)

En esta cadena participan fabricantes de chocolates de boca locales y extranjeros, los cuales venden sus chocolates usando distribuidores, vendiendo directamente a minoristas, o vendiendo B2C a través de sus tiendas o páginas web propias o a través de plataformas online públicas. Los minoristas que venden chocolates de boca son:

7.2.3.1. Supermercados y tiendas de conveniencia: Marcas masivas como Mars, Lindt o Godiva en Walmart, Kroger, CVS o 7-Eleven.

7.2.3.2. Tiendas especializadas: Chocolaterías subsidiarias de chocolaterías europeas como Laderach en las cuales se vende B2C (Godiva cerró hace muy poco sus tiendas propias en EEUU).

Otras tiendas especializadas son Whole Foods o Trader Joe's que cuentan con secciones especializadas en chocolates finos de boca, chocolates de taza y chocolate para repostería.

Son también tiendas especializadas, las chocolaterías multimarca que venden chocolates finos de varias marcas locales como importadas, un ejemplo de ellas es Beacon Hill Chocolates ubicada en Boston que se abastece de distribuidores ubicados en EEUU pero también recibe embarques de proveedores ubicados en otros países.

7.2.3.3. Comercio electrónico: en plataformas reconocidas como Amazon, Whole Foods, sitios propios de las marcas reconocidas como Godiva, y marcas emergentes como por ejemplo Jcoco.

Amazon:

https://www.amazon.com/s?k=chocolate+bar+artisanal&crd=3UPA7VJVUXCG6&sprefix=chocolate+bar+artisanal%2Caps%2C179&ref=nb_sb_noss_2

Whole Foods:

<https://www.wholefoodsmarket.com/search?text=chocolate+bar>

Godiva:

<https://www.godiva.com/chocolate-bars-and-snacks>

Jcoco:

<https://jcoco-chocolate.com/collections/jcoco-chocolate-bars>

7.2.3.4. Canal HORECA: Bombones y chocolates que se venden en restaurantes como Mr. Beast hoteles o cafeterías como Starbucks.

Mr. Beast Burger

<https://www.mrbeastburger.com/>

Starbucks

<https://www.starbucks.com/>

Hotel The Peninsula Chicago (Chicago, Illinois)

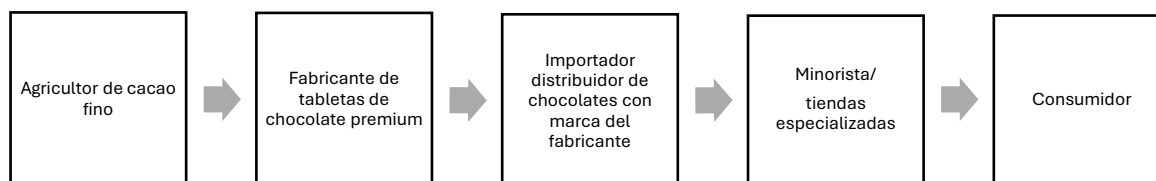
Este hotel de lujo organiza un buffet de chocolate los viernes y sábados por la noche, "Chocolate at The Pen," con más de 40 postres de chocolate, incluyendo tartas, bombones y galletas. Su chef pastelero Dimitri Fayard colabora con Cacao Barry para crear un chocolate crudo exclusivo para el hotel. Regalos VIP: Los huéspedes VIP suelen recibir bombones o postres de chocolate personalizados como parte de la experiencia. www.peninsula.com

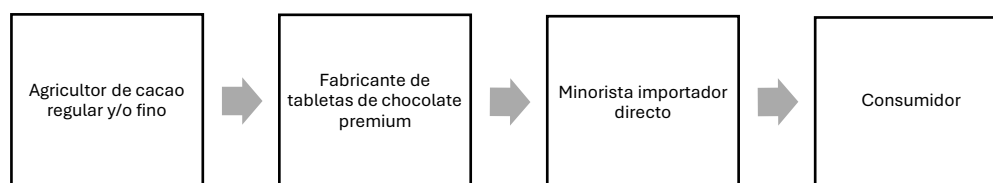
Waldorf Astoria Beverly Hills (Beverly Hills, California)

Este hotel ofrece bombones de chocolate de Valrhona en múltiples contextos: como obsequios en el restaurante Jean-Georges Beverly Hills tras una cena, como amenidades en las habitaciones durante el servicio de noche, y en el spa La Prairie. El chef pastelero Deden Putra, entrenado con Valrhona, crea bombones con sabores como té matcha, ganache de fruta de la pasión y pralinés de nuez. Regalos VIP: Los bombones se entregan como amenidades para huéspedes VIP, especialmente en el servicio de turndown (preparación de la cama) junto con productos de cuidado de la piel La Prairie. www.waldorfastoriabeverlyhills.com

Imagen N° 7.2.3

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE TABLETA DE CHOCOLATE DE BOCA





Fuente: AIBD LLC

7.2.4. Tabletas de chocolate de taza / Cacao en polvo endulzado y Chocolate para repostería

Esta cadena incluye a importadores de alimentos que en EEUU distribuyen chocolate de taza, cacao en polvo y chocolates para repostería en presentaciones para uso familiar y presentaciones para canal HORECA o institucional.

Los chocolates de taza y cacao en polvo, sobre todo de marcas reconocidas en países extranjeros, son vendidos por sus distribuidores. Es el caso de las marcas colombianas, mexicanas, dominicanas que se venden con mucho éxito en el mercado étnico hispano pero que han empezado a tener reconocimiento de consumidores no hispanos, como es el caso de la marca colombiana Luker que se ha posicionado muy bien en los EEUU.

Cuando estos productos son comercializados en presentaciones institucionales, los importadores los distribuyen a restaurantes, hoteles y otros foodservices. Aun cuando también lo pueden distribuir a tiendas que venden al por mayor, como es el caso de Jetro, donde compran bodegas, y Restaurant Depot donde compran restaurantes y foodservices. Restaurant Depot es el símil a la tienda Macro en Lima, aun cuando muchos más grande y variada en su oferta.

Es importante notar que muchas cadenas de supermercados cuentan con sus marcas privadas que hacen producción en países extranjeros y que importan directamente. El sourcing lo pueden hacer directamente con el fabricante extranjero o a través de brokers especializados.

Estos productos se venden en:

- Supermercados y minoristas para presentaciones de uso familiar, generalmente chocolate de taza y también cacao en polvo endulzado. En esta cadena, sobre todo en supermercados étnicos participan varias marcas peruanas que atienden el mercado étnico peruano.

Los supermercados que atienden las comunidades hispanas, donde se venden chocolates peruanos son:

En la región Noreste de los EEUU: Bravo Supermarkets que opera más de 70 tiendas desde Nueva York hasta Florida, destacándose por su enfoque comunitario y su oferta de

productos frescos y especializados para la comunidad hispana. Ubicación destacada: Nueva York, con fuerte presencia en comunidades latinas. <http://bravosupermarkets.com>. Otra cadena de supermercados que atiende a la comunidad hispana, en la región Noreste, es Food Bazaar, de la empresa Bogopa. <https://www.foodbazaar.com/about-us>

En la región Medio Oeste: Leo's Mercado es un supermercado hispano en Marinette, Wisconsin, que ofrece ingredientes auténticos para comidas hispanas tradicionales. Ubicación destacada: Marinette, Wisconsin. <http://leosmercado.com>

En la región Sur: Sedano's Supermarket, fundada en 1962 en Hialeah, Florida, Sedano's cuenta con más de 34 sucursales en el sur y centro de Florida. Es una de las cadenas hispanas más grandes de EEUU conocida por su selección de productos locales y de especialidad, incluyendo alimentos de México, América Central y del Sur. Ubicación destacada: Florida (sur y centro). <http://sedanos.com>

En la región Suroeste: Fiesta Mart, fundada en 1972, opera más de 60 tiendas en Texas (Houston, Austin, Dallas-Fort Worth), ofreciendo productos de alta calidad con un enfoque en la comunidad hispana. <http://fiestamart.com>

En la región Oeste: Northgate González Markets, fundada en 1980, Northgate González Markets cuenta con 38 tiendas en los condados de Los Ángeles, Orange y San Diego, California. Ubicación destacada: California. <http://northgatemarkets.com>

- Distribuidores mayoristas para el canal Horeca: Proveedores como Sysco y Restaurant Depot, abastecen a cafeterías, restaurantes y otros negocios de foodservices en presentaciones institucionales.
- Comercio electrónico:

Amazon

https://www.amazon.com/s?k=hot+chocolate+hispanic&crd=WXAHCXVKU5S&sprefix=hot+chocolate+hispanic%2Caps%2C159&ref=nb_sb_noss

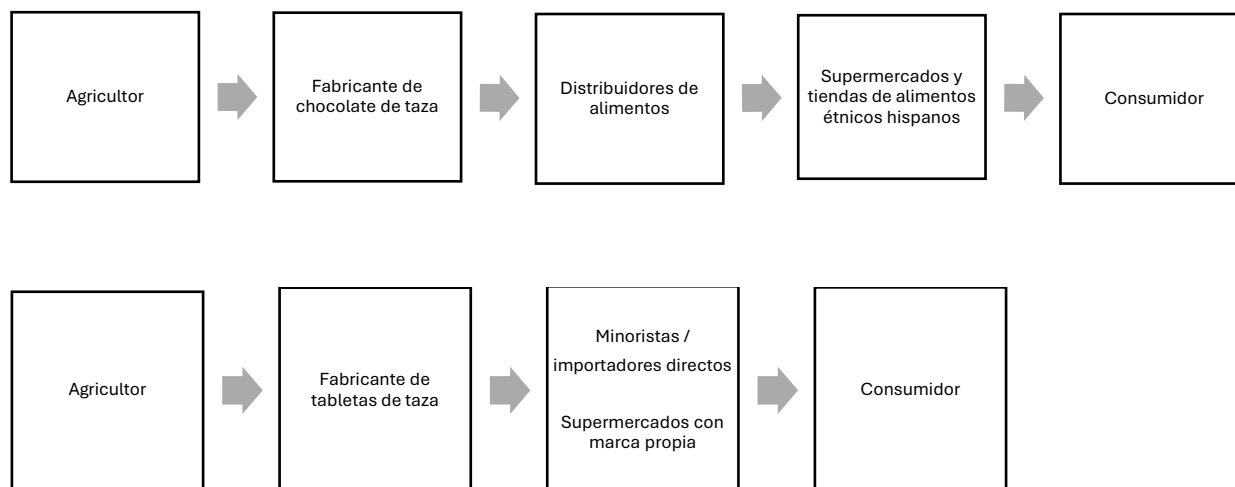
Walmart.com

<https://www.walmart.com/ip/Ibarra-Hot-Chocolate-Mix-Mexican-Chocolate-12-6-oz-1-Count/11027499?classType=VARIANT&adsRedirect=true>

Tiendas especializadas como Mexican Food Grocer para consumidores hispanos <https://www.mexgrocer.com/28000-30350.html> .

Imagen N° 7.2.4

CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATE DE TAZA, COCOA EN POLVO Y CHOCOLATE PARA REPOSTERIA



Fuente: AIBD LLC

VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

8.1 Ferias

8.1.1. Fancy Food Show – Specialty Food Association

Sitio web: www.specialtyfood.com

Organizador: Specialty Food Association

Tipo: Feria B2B especializada en alimentos gourmet, orgánicos, premium y de especialidad.

Ediciones

- **Summer Fancy Food Show 2025**
 - **Fecha:** 29 de junio al 1 de julio de 2025
 - **Lugar:** Jacob Javits Convention Center, Nueva York
 - **Participación anterior (2024):**
 - +2,300 expositores de 56 países
 - +29,000 visitantes profesionales del sector
 -
- **Winter Fancy Food Show 2026**
 - **Fecha:** Por confirmar (enero de 2026)
 - **Lugar:** Centro de Convenciones de San Diego, California
 - **Participación anterior (2025 en Las Vegas):**
 - Aproximadamente 1,100 expositores
 - Cerca de 12,000 asistentes

Costos estimados de participación (referenciales)

- Stand de 10' x 10' (9.29 m²): USD 4,700
- Membresía Specialty Food Association: USD 300
- Evaluación de muestras: USD 150

Nota: Estos costos son relativamente bajos en comparación con ferias organizadas por empresas feriales privadas, gracias a que esta feria es organizada por una asociación de la industria.

Ventajas clave

- Mayor visibilidad internacional en la edición de verano en Nueva York
- Oportunidad para generar contactos con distribuidores, compradores, tiendas gourmet, chefs y cadenas del canal horeca
- Ambiente propicio para introducir productos de valor agregado del cacao en el mercado estadounidense

8.1.2 Specialty Coffee Expo

Sitio web: <https://www.coffeexpo.org>

Organizador: Specialty Coffee Association (SCA)

Tipo de evento: Feria B2B – especializada en café especial, con participación creciente del sector cacao y chocolate

Fecha y Lugar (2026):

10 al 12 de abril de 2026

San Diego Convention Center, San Diego, California, EEUU

Perfil del evento:

- **Público objetivo:** Compradores, tostadores, cadenas de cafeterías, distribuidores, minoristas especializados y profesionales del sector
- **Expositores típicos:** Productores y exportadores de café y cacao, fabricantes de equipos, chocolateros artesanales, marcas bean-to-bar, proveedores de insumos y accesorios
- **Participación promedio:** Miles de asistentes de todo el mundo; evento de referencia global en el rubro del café especial
- Los costos para exhibir en la edición del 2026, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aprox 9.3 metros cuadrados) es de USD 3,350 para miembros de la Specialty Coffee Association -SCA y USD 4,020 para los no miembros. El costo de la membresía del SCA para una empresa pequeña es de USD 420.

8.1.3 Salon du Chocolat NYC

Sitio web: <https://www.salonduchocolatnyc.com>

Organizador: Salon du Chocolat / Event International

Tipo de evento: Feria especializada en chocolates finos y artesanales (B2C y B2B selectivo)

Enfoque: Chocolates de alta gama, premium, bean-to-bar, gourmet

Fecha y Lugar (2026):

7 y 8 de marzo de 2026

Center 415, Manhattan, Nueva York, EEUU

La edición 2025 se llevó a cabo del 21 al 23 de marzo en el Javits Convention Center y marcó el regreso del evento a Nueva York tras varios años.

Perfil del evento:

- **Participación internacional:** +100 expositores de +20 países (en sus mejores ediciones)

- **Edición 2025 (re-lanzamiento):** 50 expositores, incluyendo marcas de renombre como **Valrhona**, **Warwick**, y la ecuatoriana **Villakuyaya**
- **Asistencia estimada:** +10,000 visitantes
- **Público objetivo:**
 - Consumidores gourmet
 - Medios especializados
 - Tiendas especializadas y compradores del canal gourmet
 - Chefs, influencers, minoristas, distribuidores boutique
- **Acceso:** Feria abierta al público con **venta de entradas**

8.1.4 International Baking Industry Exposition – IBIE

Sitio web: <https://www.bakingexpo.com>

Organizadores: American Bakers Association (ABA), BEMA (Bakery Equipment Manufacturers), respaldado por Retail Bakers of America (RBA)

Tipo de evento: Feria trienal B2B – especializada en panadería, repostería y tecnología para la industria de granos

Fecha y Lugar (2025):

14 al 17 de septiembre de 2025

Las Vegas Convention Center, Las Vegas, Nevada, EEUU

Perfil del evento:

- **Periodicidad:** Cada 3 años
- **Público objetivo:**
 - Fabricantes de pan y pastelería
 - Distribuidores de ingredientes
 - Empresas de equipos industriales y tecnologías de procesamiento
- **Participación esperada:**
 - Evento considerado el más grande del hemisferio occidental en su sector
 - +1,000 expositores en ediciones anteriores
 - Expositores relevantes en cacao y chocolate: 22 empresas exhibieron ingredientes derivados del cacao (coberturas, manteca, chips, etc.)

Contacto para exhibición:

Sra. Nicole Boland

NBoland@BakingExpo.com

+1 312 673 5828

8.1.5 SupplySide West

Sitio web: <https://www.supplysideglobal.com>

Organizador: Informa Markets

Tipo de evento: Feria B2B – ingredientes funcionales, nutracéuticos, suplementos y tecnologías alimentarias

Enfoque: Alimentos funcionales, bebidas, suplementos, ingredientes activos, innovación en salud

Fecha y Lugar (2025):

27 al 30 de octubre de 2025

Mandalay Bay Convention Center, Las Vegas, Nevada, EEUU

Perfil del evento:

- **Participación internacional:**
 - +1,600 expositores
 - +19,000 asistentes (2024)
- **Público objetivo:**
 - Compradores de ingredientes, formuladores, I+D, industrias de alimentos, suplementos, bebidas funcionales
- **Productos relevantes:**
 - Chocolates funcionales, cacao en polvo, nibs, licor de cacao, manteca, saborizantes y derivados con propiedades saludables
- Los costos para exhibir en la edición del 2025, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aprox 9.3 metros cuadrados) es de USD 9,600 en un stand linear. Si es un stand tipo isla el costo es de USD 9,950, y por cada esquina USD 1,500.
- Las empresas interesadas en exhibir deben comunicarse con el Sr. Antony Arteca, Email: Anthony.Arteca@informa.com.

8.1.6 IFT Food Expo

Sitio web: <https://app.iftevent.org>

Organizador: Institute of Food Technologists (IFT)

Tipo de evento: Feria B2B – especializada en ingredientes para alimentos y bebidas

Enfoque: Ciencia y tecnología de alimentos, innovación, ingredientes funcionales, desarrollo de productos

Fecha y Lugar (2025):

13 al 16 de julio de 2025

McCormick Place, Chicago, Illinois, EEUU

Perfil del evento:

- **Participación internacional:**
 - +1,000 empresas expositoras
 - +16,000 visitantes profesionales
- **Público objetivo:**
 - Empresas de alimentos y bebidas
 - Investigadores, tecnólogos de alimentos, formuladores
 - Distribuidores de ingredientes, compradores industriales
- **Productos derivados de cacao presentes:**
 - Cacao en polvo, nibs, manteca de cacao, chocolate para aplicaciones industriales, saborizantes
- Los costos para exhibir en la edición del 2025, con un stand de 10' x 10' Regular Booth (aproximadamente 9.3 metros cuadrados) es de USD 6,500 en un stand linear y por cada esquina USD 500.
- Las empresas interesadas en exhibir deben comunicarse con la Sra. Joanne Norin, Email: Joanne.Norin@spargoinc.com.

8.2 Exhibiciones

8.2.1 The Chocolate Expo

Sitio web: <https://www.thechocolateexpo.com>

Tipo de evento: Exposición B2C – Venta directa al público

Enfoque: Chocolates, productos artesanales, panadería fina, bebidas y alimentos gourmet

Fechas y lugares confirmados (2025–2026):

- 16 de noviembre de 2025 – Bally’s Twin River Lincoln Event Center, Lincoln, Rhode Island
- 24 y 25 de enero de 2026 – Shriners Auditorium, Wilmington, Massachusetts
- 7 y 8 de marzo de 2026 – NJ Expo Center, Edison, New Jersey

Perfil del evento:

- Formato: Feria abierta al público con degustaciones y venta directa
- Público objetivo: Consumidores finales, aficionados al chocolate, prensa local, tiendas gourmet
- Participación promedio: 60 a 100 expositores por evento
- Productos relevantes:
 - Chocolates finos, bombones, trufas, tejas, snacks con chocolate, bebidas con cacao

8.2.2 PMCA Production Conference – Pop-Up Workshops

Sitio web: <https://pmca.com/production-conference>

Organizador: PMCA – *Professional Manufacturing Confectioners Association*

Tipo de evento: Conferencia técnica con exhibición comercial

Enfoque: Confitería, chocolates industriales, mantecas, coberturas y tecnología de procesamiento

Fecha y Lugar (2026):

14 y 15 de abril de 2026

Lancaster County Convention Center, Lancaster, Pennsylvania, EEUU

Perfil del evento:

- **Formato:** Conferencia técnica con espacios de exhibición y talleres pop-up
- **Público objetivo:**
 - Profesionales de I+D, manufactura, control de calidad y compras de la industria de confitería
 - Proveedores de ingredientes funcionales, maquinaria, procesos y tecnología
- **Oportunidades para expositores:**
 - Exhibición de **chocolates industriales, manteca de cacao, coberturas, pasta de cacao**, etc.
 - Promoción directa a tomadores de decisión en empresas del sector confitero
 - Participación en workshops técnicos para posicionamiento técnico de marca

8.2.3. FCIA Summer Event: Crafting the Future of Chocolate

Sitio web: <https://www.finechocolateindustry.org>

Organizador: Fine Chocolate Industry Association (FCIA)

Tipo de evento: Conferencia técnica y comercial + exhibición de productos de chocolate fino

Enfoque: Chocolatería artesanal, sostenible y de alta calidad

Fecha y Lugar (2026):

28 de junio de 2026

Cocoa Store & Sixth Floor Loft, 873 Broadway Avenue, Manhattan, Nueva York

Se realiza en la víspera de la **Summer Fancy Food Show**, lo que permite sinergias estratégicas con ese evento.

Perfil del evento:

- **Formato:**
 - Conferencias sobre tendencias, sostenibilidad, innovación y comercio del chocolate fino

- Exhibición de productos y servicios para marcas y productores de chocolate de especialidad
 - **Público objetivo:**
 - Productores de chocolate fino, importadores, distribuidores boutique, profesionales de la industria, medios especializados
 - **Exposición:**
 - Stand para degustación, muestra de productos y networking profesional
- Costos estimados de participación:**
- **Stand para exhibición:** USD 495
 - Incluye: espacio de exhibición, degustación, presentación de productos y 2 entradas a la conferencia

8.2.4. DC Chocolate Festival

Sitio web: <http://www.dcchocolatefestival.com>

Organizador: The Chocolate House DC

Tipo de evento: Festival especializado en chocolates artesanales y bean-to-bar

Fecha y Lugar (2025):

25 y 26 de abril de 2025

Washington D. C., EEUU (lugar exacto varía cada año)

Ediciones anuales desde 2016

Perfil del evento:

- **Formato:** Festival con enfoque en experiencias (talleres, catas, charlas, venta directa)
- **Público objetivo:**
 - Consumidores gourmet
 - Foodies, chocolovers, prensa local
 - Minoristas y distribuidores locales
- **Actividades destacadas:**
 - Conferencias y talleres educativos
 - Catas guiadas y charlas con chocolateros
 - Exhibición y venta de productos
- **Participación:**
 - Alrededor de 35 marcas de chocolate (2025)

8.2.5. Festivales Regionales de Chocolate en Estados Unidos (B2C)

Tipo de eventos: Ferias abiertas al público – venta directa, degustaciones, promoción de marcas

Público objetivo: Consumidores gourmet, tiendas especializadas, distribuidores boutiques locales

Cuadro N° 8.2.5.

FESTIVALES REGIONALES DE CHOCOLATE EN ESTADOS UNIDOS

Nombre del Festival	Ubicación	Estado	Observaciones Relevantes
Dallas Chocolate Festival https://dallaschocolate.org	Dallas	Texas	Muy reconocido en el sur de EEUU; combina feria, talleres y charlas educativas; ideal para chocolate premium

Craft Chocolate Experience https://www.thechocolateprofessor.com/blog/craft-chocolate-experience-2024	San Francisco	California	Enfocado exclusivamente en chocolates finos, bean-to-bar y marcas sostenibles. Muy recomendado para posicionamiento premium
Carolina Chocolate Festival https://www.carolinachocolatefestival.com	Morehead City	Carolina del Norte	Festival con fines benéficos; evento comunitario con buena afluencia local
Mobile Chocolate Festival https://mobilechocolatefestival.com	Mobile	Alabama	Evento regional con fuerte presencia de público local
Ghirardelli Square Chocolate Festival	San Francisco	California	Evento turístico en una de las zonas más visitadas de la ciudad; gran visibilidad para marcas presentes
Orange County Chocolate Festival http://incredelicious.com/chocolate-festival-orange-county	Garden Grove	California	Evento atractivo para marcas del sur de California; mezcla con vino y otros productos gourmet
Santa Cruz Chocolate Festival	Santa Cruz	California	Evento universitario (beneficia becas); menor escala pero público muy receptivo al chocolate fino
Colorado Chocolate Festival https://www.cochocolatefests.com/	Denver	Colorado	Uno de los más grandes del oeste; buena oportunidad para networking con tiendas gourmet locales
Festival of Chocolate (Fort Lauderdale, Orlando, Tampa)	Florida (varias ciudades)	Florida	Ferias bien organizadas, con presencia de medios, degustaciones y venta directa
Chocolate Lover's Affair	Prince Frederick	Maryland	Festival más pequeño; oportunidad de marca en zona suburbana con interés gourmet
Southwest Chocolate and Coffee Fest https://chocolateandcoffeefest.com	Albuquerque	Nuevo México	Gran festival multisensorial con chocolate, café, talleres y espectáculos; muy concurrido (~20,000 asistentes en ediciones previas)

Fuente: AIBD LLC

8.3 Publicaciones Especializadas

8.3.1 Chocolate Affairs Magazine

Sitio web: <https://chocolateaffairsmagazine.com>

Tipo: Revista digital y física especializada (Canadá, cobertura en EEUU)

Enfoque: Tendencias, productos, eventos y noticias de la industria del chocolate artesanal y comercial en América del Norte

Pertinencia: Alta para marcas premium y de origen, ideal para posicionamiento en mercados especializados

Contacto editorial: Sra. Gina Tan-Bonaparte, jcocommunications@rogers.com

Página web: <https://chocolateaffairsmagazine.com/contact-us/>, marcando la opción “advertising options and information”

Imagen N° 8.3.1

PORTADA CHOCOLATE AFFAIRS MAGAZINE



Fuente: AIBD LLC

8.3.2 Chocolate Connoisseur Magazine

Sitio web: <https://chocolateconnoisseurmag.com>

Tipo: Revista digital especializada

Enfoque: Chocolates bean-to-bar, orígenes, catas, sostenibilidad, storytelling de marcas artesanales

Pertinencia: Muy alta para productores de chocolate fino, sostenible, orgánico o de origen

Contacto editorial: Sr. Eric Battersby, support@chocolateconnoisseurmag.com

Dirección postal: P.O. Box 13538, Mesa, AZ 85216, EEUU

8.3.3 Food Network Magazine

Sitio web: <https://www.foodnetwork.com>

Tipo: Revista mensual impresa y digital – cocina y estilo de vida

Enfoque: Recetas, cocina accesible, tendencias gastronómicas para público general

Pertinencia: Media – adecuada para promoción de productos terminados de chocolate gourmet a consumidor final

Contacto publicidad: advertising@hearst.com (Hearst Magazines)

8.3.4 Candy Industry (Snack & Bakery Group)

Sitio web: <https://www.snackandbakery.com/candy-industry>

Tipo: Revista digital B2B especializada en la industria global de confitería

Enfoque: Materias primas (cacao, manteca, polvo), tendencias, sostenibilidad, tecnología de procesamiento

Pertinencia: Alta para empresas exportadoras de cacao industrial y chocolate para canal B2B

Contacto publicidad: Sra. Jennifer Izzo, izzoj@bnpmedia.com, +1 847 226 6729

8.3.5 Baking Business

Sitio web: <https://www.bakingbusiness.com>

Tipo: Revista digital B2B – industria de panificación y repostería industrial

Enfoque: Formulación, ingredientes como cacao en polvo, tendencias saludables y funcionales

Pertinencia: Alta para posicionamiento de derivados de cacao en el canal de alimentos procesados

Contacto publicidad: webads@sosland.com, +1 816 756 1000

IX. CONTACTOS DE INTERÉS

9.1 Institucionales

9.1.1. Instituciones Gubernamentales

Cuadro N° 9.1.1
INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES RELACIONADAS AL CACAO

Institución	Rol Principal	Productos Relevantes	Contacto
Food and Drug Administration – FDA www.fda.gov	Regula la seguridad alimentaria y el etiquetado de productos derivados del cacao (chocolate industrial, chocolates de boca y taza). Establece estándares conforme al CFR Título 21, Parte 163. Supervisa el uso de aditivos, alérgenos y etiquetas. Requiere registro de instalaciones y presentación de aviso previo para embarques.	Chocolate industrial, cacao en polvo, manteca de cacao, chocolates de boca y taza	US FDA Foods Program 5001 Campus Drive, HFS-009 College Park, MD 20740-3835 Tel: +1 888 723 3366
Animal and Plant Health Inspection Service – APHIS www.aphis.usda.gov	Regula la importación de granos de cacao como productos agrícolas. Requiere permisos fitosanitarios, inspección en puerto de entrada y cumplimiento con	Cacao en grano	APHIS-PPQ Permit Unit Tel: +1 301 851 2046 Email: plantproducts.permits@aphis.usda.gov

	regulaciones sanitarias vegetales.		
U.S. Customs and Border Protection – CBP www.cbp.gov	Administra aranceles, documentación y controles aduaneros. Verifica permisos de APHIS, registros FDA e inspecciones físicas. Aplica aranceles según origen y tratados vigentes.	Cacao en grano, manteca de cacao, cacao en polvo, chocolates	Tel: +1 202 325 8000 Formulario: Contacto CBP Sección agrícola: CBP Agricultura

Fuente: AIBD LLC

9.1.2. Instituciones Privadas Vinculadas a la Industria

Cuadro N° 9.1.2
INSTITUCIONES PRIVADAS VINCULADAS A LA INDUSTRIA DEL CACAO

Institución	Rol Principal	Productos Relevantes	Contacto
Fine Chocolate Industry Association – FCIA www.finechocolateindustry.org	Asociación que promueve el chocolate fino y bean-to-bar. Enfocada en sostenibilidad, trazabilidad y cacao de origen único. Organiza eventos como el programa LACE.	Cacao fino en grano, chocolates de boca	Sra. Olja Hocevar Van Wely Executive Director Email: O.HocevarVanWely@FineChocolateIndustry.org PO Box 664, Hamilton, MT 59840
National Confectioners Association – NCA www.candyusa.com	Representa a la industria de confitería. Organiza la feria Sweets & Snacks Expo. Promueve estándares de calidad, estudios de consumo y sostenibilidad.	Chocolate industrial, chocolates de boca y taza	John H. Downs, Jr. President & CEO Email: president@CandyUSA.com Tel: +1 202 534 1440 1101 30th Street NW, Suite 200, Washington, DC 20007
World Cocoa Foundation – WCF www.worldcocoafoundation.org	Promueve la sostenibilidad del cacao. Trabaja con empresas globales para mejorar la cadena de suministro y condiciones de los productores.	Cacao en grano, manteca de cacao, cacao en polvo	Sr. Chris Vincent President Email: wcf@worldcocoa.org Tel: +1 202 737 7870 1025 Connecticut Avenue NW, Suite 415, Washington, DC 20036

<p>Professional Manufacturing Confectioners Association – PMCA www.pmca.com</p>	<p>Asociación técnica que organiza conferencias y talleres para fabricantes de confitería. Foco en innovación, calidad e ingredientes industriales.</p>	<p>Chocolate industrial, manteca de cacao, cacao en polvo</p>	<p>Steve Genzoli Chair of the Board Email: info@pmca.com Tel: +1 610 625 4655 PO Box K, Bath, PA 18014</p>
<p>ICE Futures U.S. www.ice.com/agriculture/cocoa</p>	<p>Principal bolsa para contratos de futuros de cacao en grano. Establece precios de referencia globales para cacao ordinario y fino.</p>	<p>Cacao en grano</p>	<p>Email: icehelpdesk@ice.com Tel: +1 770</p>

Fuente: AIBD LLC

9.2 Comerciales

Aunque no son asociaciones ni entidades gubernamentales, las siguientes empresas privadas tienen una influencia considerable sobre la industria del cacao en Estados Unidos. Su escala operativa, presencia en asociaciones clave y liderazgo en temas de sostenibilidad y calidad, las posiciona como actores institucionales dentro del ecosistema.

Cuadro N° 9.2
CONTACTOS COMERCIALES RELACIONADOS AL CACAO

Empresa	Rol y Relevancia	Productos Relacionados
<p>Cargill Cocoa & Chocolate www.cargill.com</p>	<p>Uno de los mayores procesadores de cacao en EEUU, produce chocolate industrial, manteca de cacao y cacao desgrasado en polvo. Es proveedor estratégico para marcas globales como Mars y Nestlé. Colabora activamente con la WCF y NCA en temas de sostenibilidad, calidad y trazabilidad.</p>	<p>Cacao en grano, chocolate industrial, manteca de cacao, cacao desgrasado en polvo</p>
<p>Barry Callebaut USA www.barry-callebaut.com</p>	<p>Principal proveedor de chocolate industrial y derivados para la industria alimentaria y el canal HORECA. Participa en ferias como IBIE y promueve programas de sostenibilidad como Cocoa Horizons. Influye directamente en estándares de formulación y abastece a empresas medianas y grandes.</p>	<p>Chocolate industrial, manteca de cacao, cacao desgrasado en polvo</p>
<p>Hershey's www.thehersheycompany.com</p>	<p>Empresa líder de la confitería estadounidense, productora de chocolates de boca y de taza. Activa en la NCA y WCF, su estrategia de sostenibilidad y</p>	<p>Chocolates de boca, chocolates de taza,</p>

	campañas de consumo marcan tendencias en el mercado.	cacao desgrasado en polvo
Mars Wrigley www.mars.com	Fabricante global de confitería (M&M's, Snickers). Participa activamente en la World Cocoa Foundation y lidera programas de sostenibilidad y compra responsable de cacao en grano. Influye en la cadena de suministro desde el origen.	Cacao en grano, chocolate industrial, chocolates de boca
Taza Chocolate www.tazachocolate.com	Empresa bean-to-bar enfocada en el comercio directo, trazabilidad y cacao fino. Colabora con organizaciones como FCCI para promover la producción ética y sostenible. Representa el segmento artesanal y premium en EEUU	Cacao en grano, chocolates de boca

X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 Conclusiones

10.1.1 Estados Unidos es el principal mercado para la industria de chocolates a nivel global y por lo mismo ofrece oportunidades para todos los productos de esta industria, desde cacao en grano, nibs de cacao, licor de cacao, mantequilla de cacao, cacao en polvo, chocolate industrial oscuro o con leche, chocolates de boca, trufas, bombones, chocolate de taza e incluso la cascarilla de cacao así como la pulpa o baba de cacao. Todo se comercializa y se vende en los EEUU.

10.1.2 Sin embargo, consideramos que algunos productos de la oferta peruana tienen mejores oportunidades que otros. Destacan en primer lugar la mantequilla o manteca de cacao, un producto que Perú vende a los EEUU desde la década de los 1990, incluso antes de que se vendiera granos de cacao a este mercado, ya se vendía la mantequilla de cacao.

10.1.3 Además de la mantequilla de cacao, otros insumos que usa la industria de chocolates, como el polvo de cacao sin endulzar, el chocolate industrial oscuro y el licor de cacao son productos de la oferta peruana con mejores oportunidades. Es el modelo de negocio exportador que ha posicionado a países como Indonesia y Malasia, grandes proveedores de estos insumos.

10.1.4 Otros productos con oportunidad son las tabletas de chocolates oscuros, de variedad y origen determinados. Perú al ser el origen del cacao y de 16 variedades genéticas de las 25 determinadas hasta la fecha, puede fortalecer su posición como tal y con mucho éxito, lo que ayudaría a las marcas peruanas para que vendan o amplíen sus ventas en los EEUU. Sin embargo, las marcas peruanas de barras de chocolates, bombones y trufas enfrentan la fuerte y mejor posicionada oferta europea y estadounidense, que incluso se fabrican con insumos peruanos. Pese a ello, existen canales que las marcas peruanas pueden usar exitosamente para posicionar sus productos, como es el caso de las tiendas minoristas de chocolates multimarca, las plataformas online para venta B2C y sus propias plataformas, además de algunos supermercados que comercializan diversas marcas de chocolates, incluso extranjeras, como es el caso de Whole Foods.

10.1.5 Estados Unidos es el principal mercado para cacao y derivados con importaciones que en el 2024 alcanzaron la cifra de USD 8,073 millones de las cuales Perú abasteció con USD 231 millones, siendo su noveno proveedor, considerando todos los productos clasificados en el capítulo 18 del arancel.

10.1.6 El precio del cacao que históricamente había fluctuado entre USD 2,000 a USD 3,000 por tonelada, alcanzó un récord histórico el 14 de abril del 2024 con USD 11,461 la tonelada. Asimismo, el 12 de diciembre del 2024 el precio volvió a subir hasta alcanzar los USD 11,954 la tonelada. Esta tendencia, no tiene un horizonte claro sobre cómo se desencadenará en el corto o mediano plazo, aunque los analistas especializados sugieren que, en el largo plazo, el precio se acercará a los niveles históricos.

10.1.7 El mercado del cacao y chocolates es influido por varias tendencias entre las que destacan la creciente demanda de chocolate negro “dark”, orgánico, premium y artesanales. Otra tendencia consolidada es el énfasis en la sostenibilidad y el abastecimiento ético se ha vuelto esencial en el mercado del cacao; la innovación en sabores y texturas; las presentaciones transparente y minimalista y el creciente uso del comercio electrónico tanto para la venta como para conseguir información detallada del producto.

10.1.8. Considerando valores en USD importados por EEUU, Perú ha venido mejorando su participación como proveedor de cacao y derivados de los EEUU, en el año 2000 (0.6%), en el 2005 (0.1%), en el 2010 (0.3%), en el año 2015 (0.7%), en el 2020 (1.5%) y en el 2024 (2.9%).

10.1.9. En el 2024 el principal producto exportado por Perú a EEUU fue manteca de cacao con USD 138 millones de ventas y una participación de 12.9%, siendo el tercer proveedor de ese producto, solo detrás de Indonesia y Malasia.

10.1.10. Entre los productos que Perú ha exportado a los EEUU en el 2024 destacan granos de cacao con USD 57 millones y una participación de 5.2%; cacao en polvo con USD 8.7 millones y una participación de 2%; preparaciones de cacao de la partida 180690.90.19 con USD 8.6 millones y una participación de 1%; chocolates bulk de la partida 1806.32.30.00 con 4.7 millones y una participación de 1.8%; preparaciones de cacao de la partida 1806.90.90.90 con USD 4.5 millones y una participación de 0.7%; pasta de cacao de la partida 1803.10.00.00 con 2.5 millones y una participación de 0.6%; chocolate bulk de la partida 1806.20.50.00 con USD 2.5 millones y una participación de 0.6%; y chocolates de menos de 2 kgs de peso de la partida 1806.31.00.41 con USD 2 millones y una participación de 2.5%

10.1.11 El cacao en grano usa los siguientes canales de comercialización: 1) Grandes fabricantes de chocolate industrial que compran cacao en grano y derivados, para su propio uso en la fabricación de insumos para la industria de chocolate; 2) Fabricantes de chocolates “Bean To Bar” que importan directamente; 3) Importadores Distribuidores de cacao finos; y 4) Mercados de commodities

10.1.12 El chocolate industrial y otros subproductos de cacao como la manteca de cacao, el cacao en polvo, licor de cacao se comercializan usando los siguientes canales: 1) B2B o Canal Industrial y Horeca; 2) B2C o Canal de Consumo Doméstico o para repostería.

10.1.13 Los chocolates de boca (tabletas, bombones, trufas) usan los siguientes canales para su comercialización: 1) Supermercados y tiendas de conveniencia; 2) Tiendas especializadas como chocolatería y tiendas especializadas; 3) Comercio electrónico: tiendas propias y plataformas reconocidas como Amazon, Whole Foods; y 4) HORECA: Bombones y chocolates que se venden en restaurantes o cafeterías tipo Starbucks.

10.1.14 Chocolate de taza se comercializa a través de : 1)Supermercados y minoristas para presentaciones de uso familiar; 2) Distribuidores mayoristas para el canal Horeca: Proveedores como Sysco y Restaurant Depot; y 3) Comercio electrónico: Amazon, Walmart.com o Mexican Food Grocer

10.2 Recomendaciones

10.2.1 Considerando que casi la mayoría de los fabricantes de chocolates estadounidenses usan insumos como la mantequilla de cacao o cacao en polvo, los cuales se abastecen localmente, es importante que las empresas que cuenten con esa oferta puedan desarrollar sus capacidades de distribución en los EEUU para atender inmediatamente a los fabricantes de chocolates que requieren dichos insumos en tiempo y volúmenes que se puede ofrecer con un stock presente en los EEUU.

10.2.2 Las marcas peruanas de chocolates de boca (tabletas, trufas y bombones) que deseen ingresar al mercado de los EEUU o ampliar sus ventas usando los canales minoristas multi marcas existentes en los EEUU, deben desarrollar un sistema logístico con couriers que les asegure la inmediates de sus envíos y fletes adecuados.

10.2.3 Cada vez mas fabricantes de chocolates estadounidenses, usan la variedad y el origen como elemento de promoción de sus productos, por ellos buscan que sus proveedores de insumos les garanticen la consistencia entre lo ofrecido y lo despachado. Por ello es importante que los exportadores peruanos desarrollen mecanismos de trazabilidad y consistencia que puedan verificarse indubitavelmente.

10.2.4 Diseñar un programa de difusión del cacao peruano alrededor del concepto del Perú como centro de origen del cacao y cuna de 16 variedades de las 25 identificadas a la fecha, este programa debe comprender la elaboración de herramientas como videos, folletos informativos que comprendan una presentación de Perú como centro de origen del cacao, las variedades de cacaos, información científica, lugares de producción, empresas o cooperativas que los ofrecen, etc. Los folletos informativos deben incluir cada categoría granos de cacao, chocolate industrial, manteca de cacao, polvo de cacao y chocolates premiados, los eventos de promoción del cacao y chocolates, etc.

10.2.5 Invitar a los importadores distribuidores de cacao finos, importadores y distribuidores independientes de chocolate industrial, manteca de cacao, cacao en polvo, licor de cacao, etc. a los eventos peruanos de promoción como son: el salón del Chocolate de Perú, ExpoAmazónica

y otros; seguido de visitas e empresas y cooperativas exportadoras y empresas fabricantes exportadoras.

10.2.6 Invitar a los importadores propietarios de tiendas de chocolates multimarca a los eventos peruanos de promoción como son: el salón del Chocolate de Perú, ExpoAmazónica y otros.

10.2.7. Las empresas fabricantes de chocolates premium deben resaltar las variedades que usan en la fabricación de sus chocolates, así como la localidad de donde proviene. Una combinación variedad/origen además de las notas de cata, fomenta el interés del consumidor. El chocolate no solo es una golosina, es además objeto de conversación. Un ejemplo notable es la presentación de las barras de la marca Jcoco incluidas en el cuadro 5.4.4 del estudio.

10.2.8 Las cooperativas y empresas con oferta de cacaos finos deben orientar su oferta a fabricantes de chocolates bean to bar que fabrican chocolates artesanales y premium, y a distribuidores de cacaos especiales.

10.2.9 Perú debe continuar fortaleciendo sus capacidades productivas de chocolate industrial, licor de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao, coberturas, y otros productos intermedios. El valor agregado además de significar mayores ingresos, también les permite atender a fabricantes de los EEUU que elaboran sus chocolates, trufas, bombones a partir de insumos intermedios. En realidad, la mayor cantidad de fabricantes en los EEUU usan chocolate industrial y hay un número menor de fabricantes bean to bar, incluso ellos usan manteca de cacao y cacao en polvo para complementar sus procesos.

10.2.10 Es importante implementar la norma de origen para los chocolates Cusco o Cuzco, que varias marcas usan en los EEUU sin ninguna regulación. La norma de origen debe incluir un mandatos de usar un porcentaje mínimo de cacao chuncho. En el mercado es posible encontrar chocolates Cusco o tipo Cusco, que evidentemente se han fabricado con cacaos comunes. No se debe permitir la exportación de chocolates Cusco, Cuzco o tipo Cusco que no cumplan con esas normas de origen.

10.2.9 Se debe organizar una rueda de negocios en la ciudad de Nueva York, en la cual se presente cacaos en grano, chocolate industrial, manteca de cacao, cacao en polvo, nibs, chocolate de boca y taza, es decir todos los productos de la oferta peruana, combinada con la oferta de café. Similar al Peru Moda Nueva York. Rueda de negocios a la cual se debe invitar a importadores, distribuidores, fabricantes y tiendas independientes de todos los EEUU.

XI. PERFIL DE COMPRADORES

En el desarrollo de la investigación de mercado se han entrevistado múltiples empresas importadoras, distribuidoras, fabricantes y minoristas de la industria del cacao y derivados,

priorizando a empresas que aún no importen, o importen poco desde Perú. Se han entrevistado empresas según el tipo de producto que importen, cacao en grano, mantequilla de cacao, cacao en polvo, chocolate industrial, barras de chocolate de boca, chocolate de taza, así como minoristas que venden chocolates con marca propia y marca de terceros. Es decir se ha cubierto la oferta peruana de cacao y derivados, incluso de productos que Perú puede exportar y no lo hace o lo hace en bajos volúmenes, como es el caso de la pulpa o baba de cacao.

11.1. Para el producto cacao en grano, se han entrevistado principalmente a empresas fabricantes de chocolates bean to bar; a empresas que importan cacao para fabricar chocolate industrial, cacao en polvo, mantequilla de cacao y otros; y también se ha entrevistado a empresas importadoras de cacaos finos que distribuyen estos productos a sus clientes que generalmente son fabricantes bean to bar que no tienen la capacidad de importar en grandes volúmenes. Entre las empresas consideradas para cacao en grano están:

Exquisito Fine Chocolates, LLC

Nombre Completo de la Empresa: Exquisito Fine Chocolates, LLC

Página Web: www.exquisitochocolates.com

Teléfono: 786-558-4580

Dirección: 2606 SW 8th St, Miami, Florida, 33135-3008, Estados Unidos

Fecha de Fundación: 2012

Sucursales y Plantas: Una instalación en Little Havana, Miami (fábrica y tienda minorista de 1,200 pies cuadrados, recientemente expandida a 3,672 pies cuadrados)

Fabricante bean to bar. también usa manteca de cacao, chocolate industrial y cacao en polvo.

Valrhona, Inc.

Nombre Completo de la Empresa: Valrhona, Inc.

Página Web: www.valrhona-chocolate.com / <https://valrhona-collection.us>

Teléfono: +1-347-578-2650

Dirección: 222 Water St, Brooklyn, New York, 11201-1125, Estados Unidos

Fecha de Fundación: 1996

Sucursales y Plantas: Planta de 468 metros cuadrados en Brooklyn, Nueva York.

Relaciones estratégicas: Subsidiaria de Valrhona Japón S.A. y parte del grupo Stichting Bien Nourrir l'Homme (Global Ultimate), forma parte de un grupo empresarial global de 330 empresas.

Principales aliados: son empresas del mismo grupo empresarial, especialmente República del Cacao, una subsidiaria del grupo, que se encuentra localizada en Ecuador y que es la empresa que acopia el cacao ecuatoriano y de otros países, incluyendo Perú, todo el cacao que requieren. Distribuye productos intermedios como chocolate industrial, manteca de cacao, polvo de cacao, frutas secas y otros ingredientes.

Cocoa Supply

Nombre completo de la empresa: Fine Cocoa Products

Página Web: <http://www.cocoasupply.com>

Teléfono: (201) 244-9210

E-mail: leila@cocoasupply.com / luis@cocoasupply.com

Dirección: 67 35th St C413, Brooklyn, NY 11232-2247, EE. UU.

Fecha de Fundación: 1996

Sucursales y Plantas: Oficina principal en Rotterdam, Países Bajos, almacenes en Nueva York y Nueva Jersey, EE. UU.

Relaciones estratégicas: Trabaja directamente con pequeños agricultores y cooperativas en Ecuador y otros países de América Latina.

Importa y distribuye cacaos regulares y cacos finos, manteca de cacao, polvo de cacao y pulpa o baba de cacao.

Principales aliados: Pequeños agricultores y cooperativas de cacao, promoviendo comercio justo y sostenibilidad.

11.2. Para productos intermedios como manteca de cacao, cacao en polvo y chocolate industrial se han entrevistado a fabricantes de chocolates, tanto bean to bar como fabricantes que fabrican chocolates a partir de chocolate industrial y otros insumos. Es importante notar que algunos fabricantes de chocolates usan insumos intermedios de origen peruanos para mejorar la calidad o el sabor de los productos que ofertan.

Asimismo, se considera que este segmento del mercado es el que mejores oportunidades ofrece para la oferta peruana, que debe procesar sus cacaos finos para venderlos como chocolate industrial, polvo y mantequilla de cacao.

Raaka Chocolate, Inc.

1. Antecedentes de la Compañía

Nombre completo de la empresa: Raaka Chocolate Inc.

Página Web: www.raakachocolate.com

Teléfono: +1-917-340-2637

Dirección: 64 Seabring St, Brooklyn, New York, 11231-1621, United States

Fecha de Fundación: 2010

Sucursales y Plantas: Fábrica y tienda minorista en Red Hook, Brooklyn (111 metros cuadrados).

Principales aliados: Proveedores de cacao orgánico de origen único, como Kokoa Kamili (Tanzania), Zorzal Cacao (República Dominicana), y Corporación Tasilma S.A.C. (Perú).

Participación en el mercado: Empresa con ventas anuales de USD 2.45M, enfocada en la fabricación y distribución de sus chocolates premium y artesanales.

Askinosie Chocolate, LLC.

Nombre Completo de la Empresa: Askinosie Chocolate, LLC

Página Web: www.askinosie.com

Teléfono: +1-417-862-9900

Dirección: 514 E Commercial St, Springfield, Missouri, 65803-2946, EEUU

Fecha de Fundación: 2005

Sucursales y Plantas: Planta/Facilidad de 390 metros cuadrados

Fabricante de chocolates artesanales

11.3. Minoristas independientes de chocolates.- La mayoría de las tiendas de chocolates venden los chocolates que ellos mismos ofertan, sean grandes cadenas o cadenas independientes. Sin embargo algunas venden marcas de otros fabricantes, y se considera que esas tiendas son las que mejores oportunidades ofrecen para fabricantes y exportadores peruanos de barras finas de chocolates. La mayoría de las tiendas multimarcas, prefieren comprar DDP puesto en sus tiendas o almacenes.

Beacon Hill Chocolates

Nombre Completo de la Empresa: Beacon Hill Chocolates

Página Web: www.beaconhillchocolates.com

Teléfono: +1-617-725-1900

Dirección: 91 Charles St Ste 1, Boston, Massachusetts, 02114-4642, Estados Unidos

Fecha de Fundación: 2006

Relaciones estratégicas: Tienda de chocolates multimarca y chocolates, trufas y bombones que ellos mismo fabrican. Vende barras de chocolates de origen y variedad.

11.4. Mantequilla de cacao para uso cosmético.- se han identificado y entrevistado a distribuidores de ingredientes para cosmética que comercializan mantequilla de cacao, para uso en la fabricación de cosméticos y productos de cuidado personal.

Katonah Chemical, LLC

Nombre Completo de la Empresa: Katonah Chemical LLC

Página Web: <https://www.katonahchemical.com>

Teléfono: +1-908-818-8787

Dirección: 501 East Boston Rd, Mamaroneck, New York, 10543, United States

Fecha de Fundación: 2021

Sucursales y Plantas: Solo cuenta con la oficina de Mamaroneck,

Relaciones estratégicas: Tiene una socia estratégica Haus of Innovation que se dedica a la investigación de nuevos ingredientes para cosmética.

Distribuidor de ingredientes para cosméticos y productos de cuidado personal que comercializa manteca de cacao.

XII. BIBLIOGRAFÍA

12.1 Arielle Rose, "Industrial Chocolate Production in the US", OD5620 *IbisWorld*, April 2025

12.2 Federico Irigoyen, "Chocolate Stores in the US", OD5339, *IbisWorld*, November 2024

12.3 Christopher Lombardo, "Confectionary Wholesaling in the US", *IbisWorld*, April 2025

12.4 Forecast value outlook, "World price of cocoa" US Business Environment Profile Report A5119, *Ibis World*, April 2025

12.5 Hoppe Joseph, "Cocoa Prices Slump as Monthslong Rally Turns Bitter," *Wall Street Journal*, May 2024, https://www.wsj.com/finance/commodities-futures/cocoa-prices-slump-as-monthslong-rally-turns-bitter-c7c31808?mod=author_content_page_5_pos_7

12.6 Dezember Ryan, "Cocoa Prices Are Melting Down," Markets Coverage Analysis, *Wall Street Journal*, May 2024, https://www.wsj.com/livecoverage/fed-meeting-today-fomc-jerome-powell-may-2024/card/cocoa-prices-are-melting-down-NsVKuW6aKOU9fX8ZeRvj?mod=author_content_page_21_pos_10

12.7 Maltais Kirk, "Why Trick-or-Treaters May Miss Out on Chocolate Candy This Halloween," *Wall Street Journal*, October 2024, https://www.wsj.com/business/retail/why-trick-or-treaters-may-miss-out-on-chocolate-candy-this-halloween-ec982483?mod=Searchresults_pos13&page=1

12.8 Petroni Giulia, "Cocoa Surges Past \$12,000 on Supply Concerns," *Wall Street Journal*, December 2024, https://www.wsj.com/finance/commodities-futures/cocoa-surges-past-12-000-on-supply-concerns-912c91b4?mod=Searchresults_pos4&page=1

12.9 Dezember Ryan, "Cocoa Prices Have Surged Again," Markets Coverage Analysis, *Wall Street Journal*, December 2024, https://www.wsj.com/livecoverage/stock-market-today-dow-sp500-nasdaq-live-12-17-2024/card/cocoa-prices-surge-to-fresh-record-F1g3WCTume8JFPJpxYOf?mod=Searchresults_pos3&page=1

12.10 Maltais Kirk, "Cocoa Prices Tripled in 2024. Climate Change May Keep Them High," *Wall Street Journal*, December 2024, https://www.wsj.com/finance/commodities-futures/cocoa-prices-tripled-in-2024-climate-change-may-keep-them-high-b2df78d9?mod=Searchresults_pos9&page=1



prom,
perú