



**Informe de mercado para cacao y
derivados en Australia**

(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ

Autor: Manuel Zegarra

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

Contenido

1. Descripción del producto	4
2. Tamaño del mercado	15
3. Análisis de la demanda	53
4. Presentaciones y precios	62
5. Requisitos de acceso al mercado	70
6. Canales de distribución	80
7. Contactos de interés	88

1. Descripción del producto

Historia y origen

El cacao (*Theobroma cacao* L.) tiene sus raíces biológicas y culturales en América tropical. Aunque durante mucho tiempo se asoció principalmente con Mesoamérica —donde culturas como la maya y la mexica lo utilizaron en bebidas, rituales, tributos e intercambio—, la evidencia botánica, genética y arqueológica sitúa el origen de la especie en la cuenca amazónica de Sudamérica. Desde allí, su uso y posterior domesticación se extendieron hacia el norte del continente y Mesoamérica.

En América Latina, el cacao tuvo inicialmente un valor alimentario, ceremonial y simbólico. Las semillas se consumían principalmente como bebidas preparadas tras su fermentación, secado, tostado y molienda, frecuentemente combinadas con agua, ajíes, especias o maíz. Tras la llegada europea, el cacao ingresó a circuitos comerciales transatlánticos; la incorporación de azúcar, leche y nuevas tecnologías de transformación en Europa dio lugar progresivamente al chocolate moderno.

El Perú es reconocido como uno de los territorios de origen y diversificación del cacao amazónico. La Amazonía peruana conserva poblaciones nativas, silvestres y domesticadas, especialmente en Loreto, Ucayali, San Martín, Amazonas, Junín, Cusco y otras zonas de la ceja de selva. Investigaciones y hallazgos arqueológicos recientes en el norte peruano, particularmente en el ámbito amazónico de Cajamarca, han aportado evidencia de uso de cacao de más de 5000 años, reforzando la relevancia del Perú en la historia temprana de este cultivo.

Además de su importancia histórica, el Perú posee una destacada diversidad genética. El INIA reporta la presencia de cacao nativo en las ocho provincias de Loreto y destaca materiales de importancia internacional como IMC-67 y Scavina, este último vinculado a programas mundiales de mejoramiento por su aporte de tolerancia a enfermedades. El país ha construido también una reputación en el segmento de cacaos de calidad, finos y de aroma, una categoría estratégica para chocolates premium, bean-to-bar, orgánicos y de origen único. América Latina y el Caribe, en conjunto, aporta cerca de 76% del cacao fino y de aroma producido globalmente.

Descripción botánica

El cacao pertenece a la familia Malvaceae y su nombre científico es *Theobroma cacao* L.; el término *Theobroma* significa “alimento de los dioses”. Es un árbol tropical perenne, de hoja siempreverde, que en condiciones naturales puede superar los 10 metros de altura, aunque en plantaciones comerciales se mantiene a menor porte mediante podas para facilitar el manejo fitosanitario y la cosecha.

Sus rasgos principales son:

- Presenta crecimiento continuo, con emisión periódica de brotes vegetativos.
- Produce flores pequeñas directamente sobre el tronco y ramas maduras, fenómeno denominado cauliflora.
- La polinización es principalmente realizada por pequeños insectos, especialmente jejenes o mosquitos del género *Forcipomyia*.
- El fruto se denomina mazorca, baya o cápsula; contiene normalmente entre 20 y 40 semillas envueltas por una pulpa blanca, dulce y mucilaginosa.

- Las semillas son los granos de cacao, que luego de fermentarse y secarse se convierten en la materia prima comercial para chocolate, manteca de cacao, cacao en polvo y otros derivados.

El cultivo se adapta a zonas cálidas y húmedas. Como referencia técnica para las condiciones amazónicas peruanas, el cacao se desarrolla adecuadamente con temperaturas medias anuales de 23 °C a 30 °C, con un rango ideal de aproximadamente 25 °C a 26 °C; requiere alta humedad, lluvias bien distribuidas y suelos profundos con buen drenaje.

Fenología y ciclo productivo

La fenología del cacao está estrechamente vinculada al clima, la disponibilidad de agua, la radiación solar, el manejo de sombra, la fertilidad del suelo y la genética del material vegetal. Debido a que es una especie perenne tropical, puede presentar simultáneamente brotes, hojas, flores, frutos jóvenes y mazorcas maduras en una misma planta.

Tabla 01: Etapas del cacao

Etapa	Características principales	Periodo referencial
Germinación	La semilla es recalcitrante y pierde viabilidad rápidamente; la radícula puede aparecer aproximadamente a las 24 horas en condiciones adecuadas.	Días posteriores a la siembra
Emergencia y vivero	Las plántulas emergen normalmente entre 7 y 15 días; se desarrollan bajo sombra y reciben manejo de riego, nutrición y sanidad.	2 a 5 meses
Trasplante y establecimiento	El plantón se establece en campo definitivo, generalmente acompañado por sombra temporal y permanente.	Desde 2 a 6 meses de edad
Fase juvenil	Predomina el desarrollo de raíces, tallo, ramas y hojas; se realizan podas de formación y control de malezas.	Año 1 a año 2
Inicio de floración	Se forman cojines florales sobre el tronco y ramas principales; la intensidad depende del clon, clima y manejo.	Aproximadamente desde los 18 a 36 meses
Fructificación	Tras la polinización y cuajado, se desarrolla la mazorca. Una proporción importante de flores y frutos jóvenes se pierde naturalmente.	Desde año 2 o 3
Maduración del fruto	La mazorca cambia de color y alcanza el estado de cosecha; el periodo entre fecundación y madurez es usualmente de cinco a seis meses.	150 a 180 días por fruto

Etapa	Características principales	Periodo referencial
Producción plena	Se estabiliza la producción comercial, si existe adecuado manejo nutricional, sanitario, de poda y sombra.	Desde año 4 o 5

La primera cosecha depende principalmente del tipo de propagación, el material genético y el manejo agronómico. Los plántones provenientes de semilla suelen iniciar producción alrededor del cuarto año; los materiales clonales injertados y bien manejados pueden mostrar producción temprana desde el tercer año. El manual del INIA indica que las plantas propagadas sexualmente comienzan a producir desde los cuatro años, mientras que la injertación permite mayor precocidad, uniformidad y productividad.

El desarrollo de una mazorca, desde la fecundación floral hasta la madurez de cosecha, toma habitualmente entre cinco y seis meses. En condiciones tropicales, la producción puede concentrarse en una o dos campañas principales, aunque pueden existir cosechas durante buena parte del año según zona, clon y régimen de lluvias.

Principales variedades y perfiles

El comercio internacional suele diferenciar el cacao en tres grandes grupos tradicionales: Criollo, Forastero y Trinitario. Adicionalmente, existen materiales, clones e híbridos de gran importancia comercial —como Nacional de Ecuador, CCN-51 y diversos cacaos amazónicos nativos— que expresan perfiles particulares.

En términos de mercado, también se distinguen dos grandes categorías: cacao fino o de aroma y cacao corriente o bulk. El primero se reconoce por un perfil sensorial complejo, balanceado y con notas aromáticas identificables; el segundo se caracteriza principalmente por una base intensa de cacao y una mayor aptitud para mezclas y producción industrial. La ICCO señala que el cacao fino y de aroma se asocia, en general, con Criollo y Trinitario, mientras que el cacao corriente se vincula usualmente con Forastero, aunque hay excepciones importantes como el Nacional ecuatoriano.

Criollo

El Criollo es uno de los tipos históricamente más valorados por la industria de chocolates premium. Se desarrolló tradicionalmente en Mesoamérica, Centroamérica, el Caribe y algunos territorios del norte de Sudamérica. Es un cacao delicado, menos vigoroso y, por lo general, más susceptible a plagas y enfermedades que los materiales Forastero e híbridos modernos.

Sus granos suelen presentar cotiledones de color claro o poco pigmentado y requieren una fermentación relativamente menos intensa que los granos púrpuras. En taza o licor de cacao, tiende a mostrar baja amargura y astringencia, textura redonda y aromas finos.

Sus notas organolépticas más frecuentes incluyen:

- Floral y miel.
- Caramelo y panela.
- Almendra, avellana fresca y nueces.
- Frutas suaves o maduras.
- Cacao delicado y dulce.
- Baja a moderada acidez, amargor y astringencia.

El Criollo es especialmente apropiado para chocolates oscuros de alta gama, barras de origen, formulaciones bean-to-bar y mezclas en las que se busca suavizar o elevar la complejidad aromática. La guía técnica de CAOBISCO/ECA describe el Criollo como un cacao de sabor delicado y dulce, con notas de caramelo, miel y avellana fresca.

Forastero

Forastero es la denominación comercial tradicional utilizada para una amplia diversidad de cacaos amazónicos y materiales de tipo corriente. Se trata del grupo dominante en el comercio mundial de cacao por su productividad, adaptabilidad, vigor y mayor aptitud para la producción a gran escala.

Sus granos suelen ser de color púrpura medio a oscuro y, cuando reciben una fermentación y secado adecuados, generan una base de cacao intensa y consistente. El grupo incluye materiales Amelonado del Bajo Amazonas —históricamente difundidos en África Occidental, Brasil e Indonesia—, así como diversos híbridos con ascendencia amazónica.

Sus notas organolépticas típicas son:

- Cacao o chocolate intenso y directo.
- Notas terrosas, amaderadas o maltosas, según origen y proceso.
- Mayor amargor y astringencia relativa que Criollo.
- Acidez usualmente baja a media cuando el proceso postcosecha es correcto.
- Menor expresión de notas florales y frutales complejas, en comparación con los cacaos finos de aroma.

El Forastero se utiliza principalmente para chocolates de consumo masivo, chocolate con leche, cacao en polvo, manteca de cacao, coberturas, rellenos y mezclas industriales. Su consistencia, disponibilidad y fuerte base de cacao son atributos relevantes para fabricantes que requieren homogeneidad de lote y escala de abastecimiento.

Trinitario

El Trinitario se originó en Trinidad a partir de cruces entre materiales Criollo y cacaos amazónicos de tipo Forastero. Es un grupo híbrido con amplio rango de expresión genética y sensorial: combina, en distintos grados, el potencial aromático del Criollo con el vigor, productividad y mayor tolerancia sanitaria del Forastero.

Su importancia radica en que permite producir cacaos con mayor complejidad sensorial que los cacaos bulk convencionales, sin renunciar completamente a características agronómicas deseables. Por ello, es frecuente en países del Caribe, América Latina y algunas zonas de Asia.

Sus perfiles organolépticos pueden incluir:

- Notas florales y frutales.
- Frutos secos, nueces y caramelo.
- Especies suaves, madera o notas herbales.
- Base de cacao más marcada que en muchos Criollos.
- Amargor y astringencia medios, generalmente más pronunciados que en Criollo y más moderados que en algunos Forastero.
- Buena persistencia y complejidad, cuando la fermentación y el secado son controlados.

La industria reconoce que diversos Trinitarios se distinguen por sus notas florales y frutales, aunque su perfil varía considerablemente según el material, el origen y el manejo postcosecha. En

el mercado de especialidad, estos cacaos se emplean para barras de origen, chocolates oscuros, coberturas premium y mezclas de alta gama.

Tipos comerciales relevantes

Además de los tres grupos tradicionales, existen materiales de relevancia comercial cuya identificación es útil para el análisis de mercado de cacao y derivados.

Tabla 02: Principales variedades del cacao

Tipo material	Origen o difusión predominante	Características agronómicas	Perfil sensorial frecuente	Posicionamiento comercial
Criollo	Mesoamérica, Caribe, Venezuela, Centroamérica y zonas puntuales de Sudamérica	Baja a media productividad; mayor sensibilidad sanitaria; alto valor por calidad	Delicado, dulce, floral, miel, caramelo, frutos secos; baja amargura	Chocolates ultra-premium, artesanales, bean-to-bar y ediciones de origen
Forastero / Amelonado	Amazonía; ampliamente difundido en África Occidental, Brasil e Indonesia	Vigoroso, productivo y adaptable; apto para cadenas de gran escala	Base fuerte de cacao, notas terrosas o amaderadas; mayor amargor y astringencia	Chocolate masivo, polvo, manteca, coberturas y mezclas industriales
Trinitario	Trinidad, Caribe, América Latina y Asia	Híbrido; equilibrio entre productividad, adaptación y potencial de sabor	Floral, frutal, nuez, caramelo y especias; cuerpo medio a alto	Chocolate premium, barras de origen, coberturas y mezclas especiales
Nacional	Ecuador, especialmente zonas de tradición cacaotera ecuatoriana	Material tradicional con fuerte identidad territorial; susceptible a enfermedades si no se maneja adecuadamente	Floral, nuez fresca, frutas y notas finas características	Cacao fino de aroma, chocolates de origen y alta gama
Cacao nativo amazónico peruano	Perú, especialmente Loreto y otras zonas amazónicas	Alta diversidad genética; adaptación local; potencial para	Perfil variable; puede expresar notas frutales, florales,	Cacao de origen, biodiversidad, sostenibilidad y nichos gourmet

Tipo material	Origen difusión predominante	Características agronómicas	Perfil sensorial frecuente	Posicionamiento comercial
		selección y mejoramiento	herbales y de nuez	
CCN-51	Ecuador; ampliamente difundido también en Perú y otros países	Alta productividad, precocidad y relativa tolerancia; apto para sistemas intensivos	Cacao intenso, mayor cuerpo y astringencia; requiere buen manejo postcosecha para evitar defectos	Mezclas, industria, productos de volumen y algunos mercados de valor agregado
Híbridos amazónicos	América Latina, África y Asia	Seleccionados por rendimiento, resistencia y adaptación	Amplia variabilidad; desde perfiles básicos de cacao hasta notas aromáticas diferenciadas	Producción comercial, mejoramiento y segmentos de especialidad según calidad

El Nacional ecuatoriano constituye una excepción relevante a la simplificación que asocia automáticamente Forastero con cacao corriente. Aunque suele ser clasificado históricamente dentro de los tipos Forastero, es reconocido por su perfil fino de aroma, con notas florales y de nuez fresca.

En el caso peruano, el cacao nativo amazónico posee un valor estratégico por su diversidad genética. El INIA destaca que Loreto alberga cacao nativo en sus ocho provincias y que materiales como IMC-67 y Scavina fueron colectados en la Amazonía peruana; este último ha contribuido al desarrollo de materiales comerciales y programas de mejoramiento, particularmente por su tolerancia a enfermedades

Perfiles por región

La procedencia geográfica no determina por sí sola la calidad o el sabor. Sin embargo, los materiales genéticos predominantes, el clima, los suelos, la altitud, el sistema de sombra, la fermentación y el secado generan tendencias regionales reconocidas por compradores y fabricantes. Este efecto combinado suele describirse como terroir del cacao.

Tabla 03: Principales países productores y perfil organoléptico

Región	Países orígenes y representativos	Materiales predominantes	Perfil organoléptico orientativo	Aplicaciones comerciales
América Latina y Caribe	Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Brasil, República Dominicana, México, Costa Rica, Nicaragua, Trinidad y Tobago	Criollo, Trinitario, Nacional, cacaos nativos amazónicos, híbridos y algunos Forastero	Amplia diversidad: frutas tropicales, frutas rojas, cítricos, flores, miel, panela, nueces, especias, hierbas, madera fina y cacao balanceado	Chocolates premium, bean-to-bar, barras de origen, productos orgánicos, comercio justo y formulaciones gourmet
África Occidental y Central	Costa de Marfil, Ghana, Nigeria, Camerún	Forastero/Amelonado e híbridos productivos; algunos materiales Trinitario e híbridos de interés	Cacao intenso, robusto y consistente; notas de malta, nuez, madera y tierra; menor expresión aromática complementaria en los perfiles bulk tradicionales	Chocolate masivo, chocolate con leche, cacao en polvo, manteca y mezclas de gran volumen
Asia y Pacífico	Indonesia, Papúa Nueva Guinea, Malasia, Vietnam, Filipinas	Forastero, híbridos amazónicos, Trinitario y materiales seleccionados localmente	Cuerpo alto; notas de cacao, tierra, madera, especias y, según el origen, frutas o flores; gran variabilidad por diferencias de fermentación y manejo	Chocolate industrial y premium; mezclas, cacao en polvo y nichos de cacao fino de aroma

Vida útil y decadencia

El cacao es un cultivo de larga duración. Como referencia práctica, una plantación comercial bien manejada puede tener una vida productiva promedio cercana a 20 años; otras fuentes técnicas sitúan el periodo comercial usual entre 25 y 30 años, con los mayores rendimientos alcanzándose desde los primeros años de plena producción.

La duración efectiva de una plantación varía según varios factores:

- Material genético utilizado y su tolerancia a enfermedades.
- Calidad del suelo, drenaje y fertilidad.
- Manejo de la sombra y densidad de siembra.
- Frecuencia y calidad de la poda.
- Plan de fertilización y reposición de nutrientes.
- Intensidad de plagas y enfermedades.
- Edad, vigor y estado estructural de los árboles.
- Uso de rehabilitación, injertación de renovación o resiembra.

En plantaciones sin manejo técnico, la productividad puede caer prematuramente por exceso de sombra, copas envejecidas, baja fertilidad, alta incidencia de enfermedades y falta de renovación. En cambio, la poda de mantenimiento, la poda de producción, la regulación de sombra, la fertilización basada en análisis de suelo y la rehabilitación mediante injertos pueden prolongar sustancialmente la vida económica del cacaotal. El INIA señala que la poda debe realizarse durante toda la vida útil de la planta y que permite reducir focos de plagas y enfermedades, mejorar la ventilación e inducir floración y producción.

Principales plagas y enfermedades

La sanidad vegetal es uno de los factores más determinantes de la productividad, calidad y rentabilidad del cacao. En América Latina, las principales limitantes son enfermedades fúngicas que afectan flores, brotes, ramas y mazorcas, además de insectos que dañan frutos, tejidos jóvenes o semillas.

Tabla 04: Principales problemas fitosanitarios del cacao

Problema fitosanitario	Agente causal o asociado	Daño principal
Moniliasis	<i>Moniliophthora roreri</i>	Afecta principalmente mazorcas; ocasiona deformaciones, necrosis, esporulación y pérdidas severas de producción
Escoba de bruja	<i>Moniliophthora perniciosa</i>	Produce brotes anormales, cojines florales deformados, reducción de fructificación y debilitamiento del árbol
Mazorca negra	Principalmente especies de <i>Phytophthora</i> , como <i>P. palmivora</i>	Genera manchas oscuras y pudrición de mazorcas; se favorece con alta humedad y mala ventilación
Pudriciones y muerte regresiva	Diversos hongos, según zona y condición de manejo	Daños en ramas, tronco, raíces o frutos; deterioro progresivo de la planta
Chinche del cacao	<i>Monalonion dissimulatum</i> y especies relacionadas	Succiona savia de tejidos tiernos y mazorcas; causa lesiones, necrosis y deformaciones

Problema fitosanitario	Agente causal o asociado	Daño principal
Mazorquero del cacao	<i>Carmenta</i> spp.	Larvas perforan frutos y favorecen pudriciones secundarias
Trips	Orden Thysanoptera	Daño en hojas, brotes, flores y frutos jóvenes, con posibles efectos sobre crecimiento y cuajado
Hormigas cortadoras	Familia Formicidae	Defoliación y reducción del área foliar, especialmente en plantas jóvenes
Ácaros y escarabajos	Diversos grupos	Daños foliares, en brotes y, según especie, en frutos o estructuras vegetativas

La moniliasis, la escoba de bruja y la mazorca negra son consideradas las enfermedades de mayor importancia económica en el cacao de América Latina. Entre las plagas, destacan el chinche del cacao y el mazorquero.

El manejo debe basarse en un enfoque integrado y preventivo, no exclusivamente químico. Las acciones prioritarias incluyen uso de material tolerante o certificado, cosecha frecuente, retiro de mazorcas enfermas, podas sanitarias, regulación de sombra, mejora de ventilación, nutrición balanceada, control de malezas, monitoreo continuo y buenas prácticas de limpieza en la plantación. El manual técnico del INIA resalta la combinación de control cultural, genético, biológico y, cuando corresponda, químico dentro del manejo integrado.

Beneficios nutricionales

El cacao y sus derivados contienen compuestos bioactivos y nutrientes que sustentan su posicionamiento en segmentos de alimentos funcionales, saludables y premium. No obstante, los beneficios dependen de la formulación final: el cacao puro, el cacao en polvo sin azúcar y el chocolate negro con alto contenido de cacao conservan más sólidos de cacao y, por lo tanto, una mayor concentración relativa de compuestos fenólicos que los chocolates con alto contenido de azúcar, leche o grasas añadidas.

Entre los principales componentes nutricionales y funcionales destacan:

- **Polifenoles y flavonoides:** el cacao contiene catequinas, epicatequinas, procianidinas y otros compuestos fenólicos con actividad antioxidante. Estos compuestos se asocian con efectos favorables sobre la función vascular y la protección frente al estrés oxidativo, dentro de una alimentación equilibrada.
- **Metilxantinas:** contiene principalmente teobromina y, en menor proporción, cafeína. La teobromina contribuye al perfil sensorial característico del cacao y posee efectos estimulantes más moderados que la cafeína.
- **Minerales:** aporta magnesio, hierro, fósforo, potasio y cobre, cuya cantidad depende del tipo de producto y del grado de procesamiento.
- **Fibra dietaria:** especialmente presente en el cacao en polvo y en productos elaborados con sólidos de cacao.

- **Grasas naturales:** la manteca de cacao contiene principalmente ácido esteárico, ácido oleico y ácido palmítico. Su composición explica su textura, estabilidad y comportamiento de fusión en chocolate.
- **Proteínas y compuestos nitrogenados:** presentes en los granos y relevantes para la generación de precursores de aroma durante fermentación y tostado.

En términos de comunicación comercial, conviene evitar afirmaciones terapéuticas absolutas. Es más apropiado destacar que el cacao es una fuente natural de compuestos fenólicos y minerales, y que los productos con mayor porcentaje de cacao y menor contenido de azúcares añadidos suelen ofrecer un perfil nutricional más favorable.

Derivados y transformaciones

La cadena de valor del cacao se inicia con la cosecha de mazorcas maduras y continúa con operaciones decisivas para la calidad: extracción de semillas, fermentación, secado, limpieza, clasificación, tostado y molienda. La fermentación y el secado son especialmente relevantes porque definen buena parte del aroma, sabor, acidez, color y potencial de calidad del grano para la industria chocolatera.

Tabla 05: Derivados del cacao

Producto o transformación	Proceso principal	Usos comerciales
Cacao en baba	Semillas frescas cubiertas por pulpa, recién extraídas de la mazorca	Fermentación, aprovechamiento de pulpa y bebidas locales
Grano fermentado y seco	Fermentación, secado, limpieza y clasificación	Exportación, industria de molienda y fabricación de chocolate
Nibs de cacao	Tostado, descascarillado y fragmentación del grano	Snacks, repostería, granolas, chocolates premium y bean-to-bar
Licor o pasta de cacao	Molienda de nibs tostados	Base para chocolate, coberturas, bebidas y confitería
Manteca de cacao	Prensado del licor de cacao	Chocolatería, cosmética, farmacéutica y productos de cuidado personal
Torta de cacao	Residuo sólido tras extraer la manteca	Materia prima para cacao en polvo
Cacao en polvo	Molienda de la torta; puede ser natural o alcalinizado	Bebidas, panificación, helados, cereales, repostería y suplementos
Chocolate oscuro	Licor de cacao, manteca de cacao y azúcar; alto porcentaje de cacao	Barras premium, bombonería, cobertura y productos gourmet

Producto transformación ^o	Proceso principal	Usos comerciales
Chocolate con leche	Cacao, manteca de cacao, azúcar y sólidos lácteos	Confitería, barras, rellenos y productos masivos
Chocolate blanco	Manteca de cacao, azúcar y sólidos lácteos; no contiene sólidos de cacao	Confitería, cobertura, rellenos y repostería
Cascarilla de cacao	Subproducto del descascarillado	Infusiones, ingredientes con fibra, compostaje, biomasa y usos funcionales
Pulpa o mucílago	Aprovechamiento de la fracción blanca que rodea la semilla	Jugos, néctares, fermentados, vinagres, destilados y confitería
Subproductos cosméticos	Principalmente a partir de manteca de cacao y extractos	Cremas, bálsamos, jabones, labiales y productos dermatológicos

La diversificación hacia nibs, pasta, manteca, polvo, chocolates de alto contenido de cacao, coberturas, bebidas, cosméticos y productos elaborados con pulpa permite capturar mayor valor que la exportación exclusiva de grano seco. Para Australia, esta transformación es especialmente relevante en nichos de chocolate premium, productos orgánicos, trazables, de comercio justo, de origen único y con atributos de sostenibilidad.

Finalmente, la calidad del cacao destinado a mercados exigentes no depende únicamente del origen o del perfil sensorial. También requiere control de humedad, fermentación homogénea, ausencia de mohos, trazabilidad, buenas prácticas agrícolas y postcosecha, así como monitoreo de contaminantes. En América Latina, la gestión de cadmio en suelos y granos se ha convertido en un factor crítico para el acceso a mercados internacionales de alto valor.

Tabla 06: PARTIDAS ARANCELARIA

Partida Arancelaria	Descripción
18.01	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
18.02	Cáscara, películas y demás residuos de cacao
18.03	Pasta de cacao, incluso desgrasada.
18.04	Manteca, grasa y aceite de cacao.
18.05	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante.
18.06	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERÚ

La partida que más se usa para exportación de café desde Perú, es la 0901.11.90, la cual representa el 99 % de las exportaciones de este producto, café verde en grano.

2. Tamaño del mercado

Producción nacional: industria australiana de chocolate y derivados

Australia no posee una producción agrícola relevante de cacao ni una base de plantaciones comparable a los países tropicales productores. Por tanto, para efectos del presente informe, la “producción nacional” debe entenderse como la manufactura local de chocolate, productos de cacao y confitería, actividad que transforma principalmente insumos importados —granos de cacao, licor o pasta de cacao, manteca y polvo de cacao— junto con azúcar, leche, frutos secos, saborizantes y materiales de empaque.

La manufactura australiana depende estructuralmente del abastecimiento internacional de cacao. El cacao, azúcar, leche, aceites, saborizantes y edulcorantes son insumos determinantes de la estructura de costos productiva de la industria manufacturera. Esta dependencia expone a la industria a la volatilidad de precios internacionales del cacao, en especial ante eventos climáticos y sanitarios en África Occidental, principal zona mundial de oferta.

Tamaño de la industria

En el año fiscal 2024-2025, la industria australiana de fabricación de chocolate y confitería registró ingresos estimados de AUD 7344 millones a precios constantes de 2024-2025. La cifra representa una contracción anual de 4,6 % respecto de 2023-2024, cuando el valor sectorial alcanzó AUD 7697 millones. En el periodo 2020-2025, los ingresos de la industria disminuyeron a una tasa anual compuesta de 2,4 %.

La caída reciente se explica por la confluencia de tres factores principales:

- Aumento de los costos de materias primas, especialmente cacao, azúcar y lácteos.
- Menor demanda relativa de confitería tradicional con alto contenido de azúcar y grasa, asociada al mayor interés de los consumidores por opciones saludables.
- Competencia de productos importados y de marcas propias de supermercados, que incrementan la presión sobre precios y márgenes.

Pese a la contracción de corto plazo, la manufactura de chocolate y derivados conserva una escala económica importante. En 2024-2025, el sector comprendía 451 establecimientos, 378 empresas y 9139 trabajadores. El ingreso promedio por empresa se situó en AUD 19,4 millones, mientras que el ingreso por trabajador alcanzó alrededor de AUD 803,61.

La industria mantiene un perfil de transformación con márgenes ajustados. Para 2024-2025, un reporte de IBISWorld estima una utilidad total de AUD 198,3 millones y un margen de ganancia de 2,7 %. Las compras de insumos son la partida de costo más significativa, equivalente a 70,4 % de los ingresos del sector; ello confirma la elevada sensibilidad del negocio ante el encarecimiento de cacao, azúcar, leche, grasas, empaques y otros ingredientes.

Estructura productiva por segmento

La producción manufacturera australiana está fuertemente concentrada en chocolate. En 2025, este segmento representó 72,8 % de los ingresos sectoriales, seguido por los productos de cacao —17,6 %— y la confitería —9,6 %—. Esta estructura confirma que el mercado australiano ofrece oportunidades no solo para grano de cacao, sino también para insumos semielaborados y productos con valor agregado.

Tabla 07: Valor de mercado de cacao y derivados en Australia

Segmento de producción	Valor estimado en 2025	Participación sectorial	Productos incluidos
Chocolate	AUD 5300 millones	72,8 %	Chocolate con leche, oscuro, blanco, relleno, barras, tabletas, bombones y cajas de chocolate
Productos de cacao	AUD 1300 millones	17,6 %	Granos tostados, nibs, manteca de cacao, cacao en polvo y chocolate para beber
Confitería	AUD 705 millones	9,6 %	Caramelos, chicles, gomitas, mentas, regaliz, malvaviscos, frutas y nueces confitadas

Fuente: IBISWorld, estimaciones para 2025.

El segmento de chocolate concentra el mayor valor de manufactura e incluye productos de consumo masivo como barras, bloques, tabletas, chocolates rellenos y presentaciones en caja. Entre las marcas fabricadas o comercializadas localmente se encuentran Mars Bar, Snickers, M&M's, KitKat, Crunchie, Cadbury Dairy Milk, Smarties y otras.

El segmento de productos de cacao es particularmente relevante para una estrategia de exportación peruana, pues incorpora materias primas y semielaborados tales como cacao tostado, nibs, manteca de cacao, cacao en polvo y chocolate para beber. Sin embargo, IBISWorld indica que la demanda de chocolate para beber ha mostrado una tendencia descendente por la creciente preocupación nutricional de los consumidores. En contraste, los nibs de cacao tostado se posicionan como una alternativa más saludable frente a chips de chocolate, lo que abre una oportunidad para ingredientes naturales y productos de snack funcional.

Características de la manufactura local

La manufactura australiana combina grandes corporaciones internacionales con fabricantes pequeños, artesanales y especializados. Las empresas de mayor escala dominan las líneas de chocolate y confitería masiva, mientras que operadores boutique se orientan a chocolates premium, de origen, orgánicos, veganos, bajos en azúcar, libres de gluten y elaborados en lotes pequeños.

Las principales empresas del sector, según sus ingresos estimados para 2025, son las siguientes:

Tabla 08: Principales empresas y marcas en Australia

Empresa	Ingresos sectoriales estimados en 2025	Participación de mercado	Marcas representativas
Mondelez Australia	AUD 920,8 millones	12,5 %	Cadbury, Green & Black's, Pascall, The Natural Confectionery Company
Mars Wrigley	AUD 698,0 millones	9,5 %	Mars, Snickers, M&M's, Maltesers, Twix, Skittles, Extra, Eclipse
Nestlé Australia	AUD 432,5 millones	5,9 %	KitKat, Aero, Smarties, Crunch, Milkybar, Allen's, Lifesavers
Ferrero Australia	AUD 220,3 millones	3,0 %	Ferrero Rocher, Kinder Surprise, Tic Tac
Otras empresas	AUD 5100 millones	69,1 %	Fabricantes medianos, artesanales, nichos y marcas propias

Fuente: IBISWorld, 2025

Aunque las cuatro empresas principales concentran presencia significativa en supermercados y cadenas de distribución, su participación combinada equivale a cerca de 30,9 % del mercado. Esto evidencia una estructura relativamente poco concentrada en términos agregados, con espacio para empresas medianas, marcas boutique, fabricantes de marca privada y operadores de nicho.

Mondelez Australia es el principal actor individual del mercado y opera seis plantas de manufactura; su portafolio local se apoya especialmente en Cadbury, marca de alta penetración y reconocimiento en el país. Mars Wrigley, por su parte, opera seis instalaciones de producción en

Australia y ha invertido en automatización, capacidad de empaque y distribución. Nestlé cuenta con siete fábricas y una amplia cartera de alimentos, bebidas y confitería. Ferrero participa principalmente en el segmento premium y de chocolates en caja.

Localización industrial

La manufactura de chocolate y confitería se concentra cerca de grandes mercados de consumo, puertos, instalaciones logísticas y proveedores de ingredientes complementarios, especialmente azúcar y productos lácteos. Nueva Gales del Sur y Victoria reúnen aproximadamente dos tercios de los establecimientos del sector.

Tabla 09: Territorios de Australia

Estado o territorio	Participación de establecimientos	Características relevantes
Nueva Gales del Sur	34,9 %	Mayor concentración de fabricantes; proximidad a mercados de consumo, puertos y sedes de Mars Wrigley, Nestlé y Ferrero
Victoria	31,1 %	Centro manufacturero; presencia de Mondelez y Mars Wrigley; acceso a importante producción láctea
Queensland	13,0 %	Desarrollo de manufactura vinculada a azúcar, producción local limitada de cacao y preferencia por ingredientes de cercanía
Australia Occidental	9,2 %	Mercado regional y presencia de fabricantes especializados
Australia Meridional	7,3 %	Participación intermedia en la manufactura nacional
Tasmania	3,8 %	Participación menor y potencial para productos de nicho

Estado o territorio	Participación de establecimientos	Características relevantes
Territorio de la Capital Australiana	0,7 %	Participación marginal
Territorio del Norte	0,0 %	Sin participación relevante reportada

Fuente: IBISWorld, 2025

Nueva Gales del Sur presenta la mayor concentración de empresas, favorecida por su población, infraestructura logística y cercanía a puertos que facilitan el ingreso de cacao, azúcar y otros insumos importados. Victoria constituye el segundo eje industrial, con ventajas asociadas a su base manufacturera y a su condición de principal centro de producción láctea del país, un insumo clave para chocolate con leche.

Queensland representa un caso particular. Si bien Australia no es un productor competitivo de cacao a escala internacional, este estado concentra la reducida producción local de cacao y una parte relevante de la producción de azúcar. Además, cuenta con fabricantes que aprovechan la narrativa de “producción local” y de chocolate de origen australiano. IBISWorld destaca el caso de Daintree Estate, asociado a la producción comercial de chocolate de origen único en Queensland. No obstante, la industria australiana, en su conjunto, continúa siendo altamente dependiente de cacao importado para cubrir sus requerimientos industriales.

Perspectiva de producción

IBISWorld proyecta que los ingresos de la industria australiana de chocolate y confitería crecerán a una tasa anual promedio de 1,6 % entre 2025 y 2030, hasta alcanzar alrededor de AUD 7,9 mil millones al cierre de 2029-2030. Sin embargo, este crecimiento será moderado y estará condicionado por la evolución de los precios de cacao, el ingreso disponible de los hogares, la competencia importada, la fortaleza del dólar australiano y la capacidad de los fabricantes de responder a las tendencias de salud, sostenibilidad y premiumización.

La proyección para 2025-2026 anticipa un rebote de 4,2 %, con ingresos por AUD 7649 millones, seguido de una evolución fluctuante. Hacia 2028-2029, el sector podría alcanzar AUD 8135 millones, antes de moderarse a AUD 7937 millones en 2029-2030. Estas oscilaciones reflejan una industria madura, expuesta a costos de materias primas internacionales y a cambios en la demanda, más que un mercado de expansión sostenida por volumen.

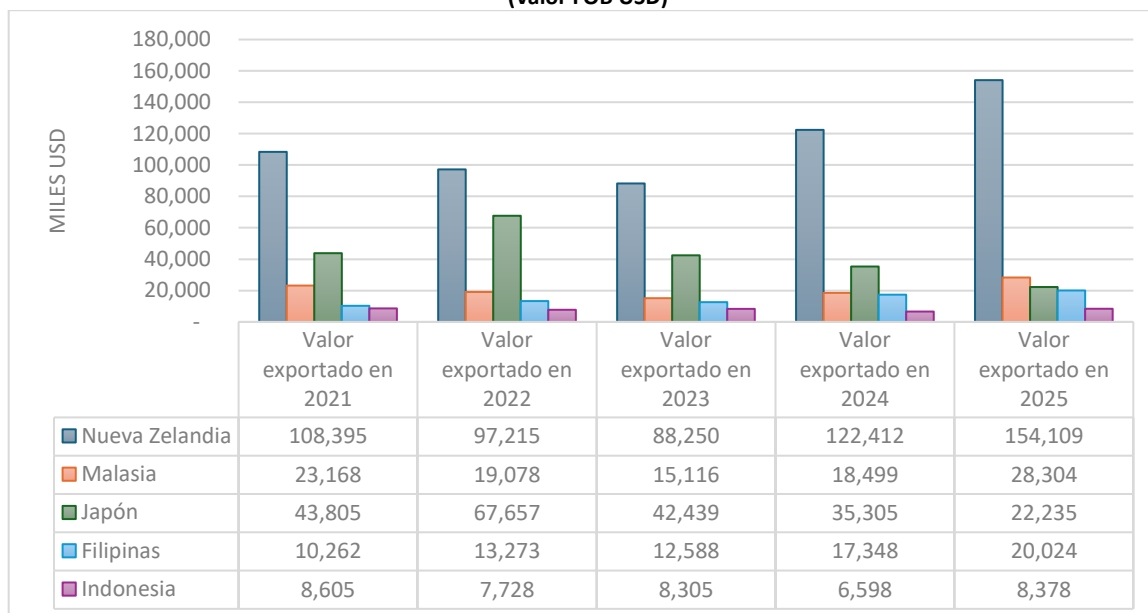
En síntesis, Australia no es un productor primario de cacao, pero sí cuenta con una industria manufacturera de tamaño considerable, diversificada y tecnológicamente desarrollada. Su demanda de materia prima depende del abastecimiento externo y su evolución favorece, de manera creciente, productos de cacao diferenciados por calidad, origen, sostenibilidad,

certificaciones, perfil nutricional y valor agregado. Para los proveedores peruanos, el mayor potencial no se limita al grano convencional: se concentra en cacaos finos de aroma, ingredientes semielaborados de calidad controlada y productos premium capaces de integrarse a las tendencias de salud, ética y sofisticación del consumidor australiano.

Exportaciones

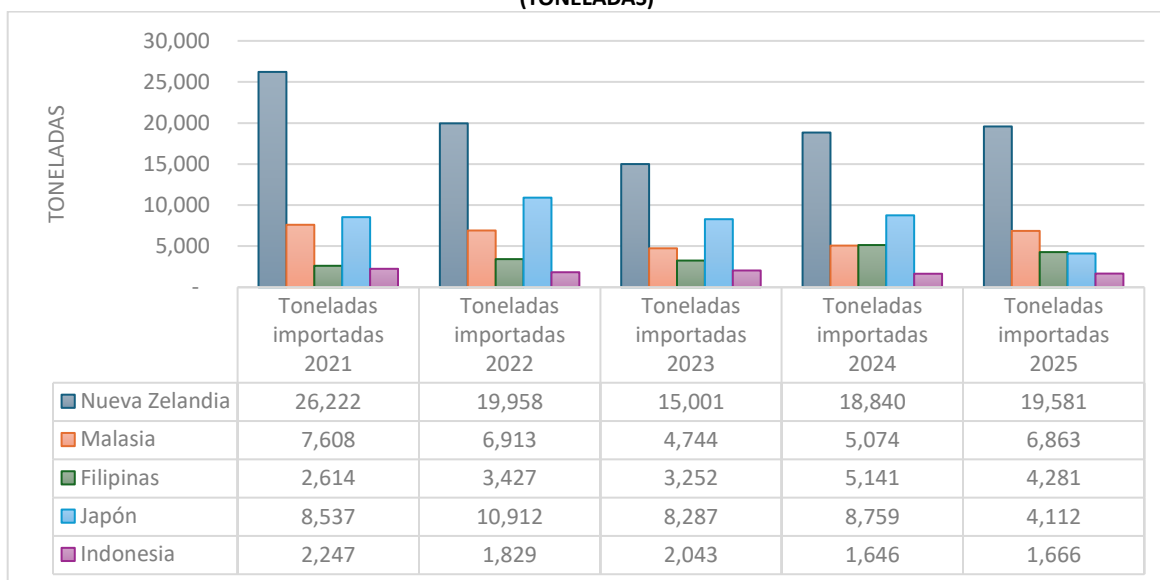
A continuación, se presentan las cifras de exportación de chocolate y preparaciones alimenticias de Australia al mundo.

FIGURA 01: EXPORTACIONES P.A 18.06 CHOCOLATE Y PREPARACIONES AL MUNDO, 2021 - 2025
(Valor FOB USD)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 02: EXPORTACIONES P.A 18.06 CHOCOLATE Y PREPARACIONES AL MUNDO,
2021 - 2025
(TONELADAS)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Aunque Australia no es productor de cacao en grano y su oferta agrícola local es muy limitada, el país participa activamente en el comercio internacional de la partida HS 1806: “Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao” mediante una industria de transformación. En consecuencia, las exportaciones australianas de esta partida no deben interpretarse como ventas de cacao primario, sino principalmente como despachos de chocolate terminado, tabletas, barras, confitería con cacao, coberturas, preparados industriales, cacao procesado y otras presentaciones elaboradas a partir de insumos importados.

El modelo australiano es, por tanto, el de una economía importadora de materias primas e ingredientes intermedios que agrega valor en manufactura, formulación, empaque, desarrollo de marca y distribución regional. La actividad comprende chocolate, productos de cacao y confitería; asimismo, identifica al cacao como uno de los principales insumos sujetos a fluctuaciones internacionales de precio.

En 2021, Australia exportó productos de la partida 1806 por un total de USD 273,1 millones y 61 924 toneladas. Para 2025, el valor exportado aumentó a USD 288,5 millones, mientras que el volumen se redujo a 43 596 toneladas. Es decir, en el periodo completo el valor creció USD 15,4 millones, equivalente a una variación acumulada de 5,6 %, pero las cantidades exportadas disminuyeron en 18 328 toneladas, una caída acumulada de 29,6 %.

El comportamiento revela una tendencia relevante: Australia exportó menos volumen físico, pero a un valor significativamente más elevado por tonelada. El precio unitario promedio pasó de alrededor de USD 4410 por tonelada en 2021 a USD 6618 por tonelada en 2025, un incremento aproximado de 50,1 %. Esta evolución puede asociarse a una combinación de mayor costo internacional del cacao y otros insumos, ajustes de precios de productos procesados, cambio hacia categorías de mayor valor agregado y una participación creciente de chocolates premium, marcas reconocidas y productos diferenciados.

Crecimiento anual compuesto

El CAGR de las exportaciones muestra que el aumento de valor no responde a una expansión de cantidades exportadas. La dinámica ha sido inversa: entre 2021 y 2025, las exportaciones físicas descendieron a una tasa de 8,4 % anual, pero el valor por tonelada aumentó a una tasa estimada de 10,7 % anual. Por tanto, el sector exportador australiano de la partida 1806 enfrentó una contracción de volumen, compensada por una mayor valorización de sus envíos.

Esta situación es consistente con el entorno de la industria australiana de chocolate y confitería. El incremento de costos de cacao, azúcar, leche, aceites, saborizantes y otros insumos ha afectado directamente la rentabilidad y la fijación de precios de la manufactura local. También indica que los problemas climáticos y fitosanitarios en Costa de Marfil y Ghana contribuyeron al incremento de los precios del cacao desde 2023, elevando la volatilidad de los costos de producción.

Evolución anual

La trayectoria no fue lineal. En 2022, las exportaciones todavía se mantuvieron cerca del nivel de 2021, con USD 265,6 millones y 54 028 toneladas. Sin embargo, en 2023 se registró el punto más bajo del periodo, con USD 212,7 millones y 41 094 toneladas. Posteriormente, en 2024 y 2025 se produjo una recuperación del valor exportado, aunque las toneladas no retornaron al nivel inicial.

El año 2023 constituye un punto de inflexión. El descenso del valor y volumen sugiere un ajuste importante de la demanda externa, de los costos internos de manufactura, de los inventarios y de las cadenas de suministro. La recuperación posterior fue más fuerte en valor que en toneladas, especialmente en 2025. Esto confirma que el crecimiento reciente se explica más por el encarecimiento y la mayor sofisticación del mix exportado que por un aumento de la oferta física.

La evidencia sectorial disponible es coherente con esa interpretación. En 2024-2025, la industria australiana de chocolate y confitería enfrentó una contracción de ingresos de 4,6 %, presionada por costos elevados de materias primas. Aun así, las empresas respondieron con mayor automatización, innovación de productos, desarrollo de líneas premium, formatos diferenciados y estrategias vinculadas a sostenibilidad y abastecimiento responsable.

Principales destinos

Los cinco principales destinos de las exportaciones australianas de la partida 1806 en 2025 fueron Nueva Zelanda, Malasia, Japón, Filipinas e Indonesia. En conjunto, concentraron USD 233,1 millones, equivalentes a aproximadamente 80,8 % del valor total exportado, y 36 503 toneladas, correspondientes a 83,7 % del volumen total. Esto muestra una elevada concentración exportadora en el espacio Asia-Pacífico y, especialmente, en mercados cercanos o integrados mediante acuerdos comerciales regionales.

La composición de los destinos evidencia que Australia funciona como una plataforma manufacturera y de suministro regional de productos de marca, confitería masiva, chocolates terminados y preparados de cacao. La proximidad geográfica, los vínculos empresariales y la integración comercial con países vecinos favorecen el despacho de productos terminados, incluso cuando los insumos de cacao son predominantemente importados.

Nueva Zelanda

Nueva Zelanda es, con amplia diferencia, el mercado principal. En 2025 recibió exportaciones australianas por USD 154,1 millones y 19 581 toneladas, representando 53,4 % del valor total y 44,9 % del volumen exportado por Australia bajo la partida 1806. Frente a 2021, el valor exportado creció a una tasa CAGR de 9,2 %, aun cuando el volumen cayó 7,0 % anual. Esto demuestra un proceso marcado de incremento del valor por tonelada, que pasó aproximadamente de USD 4134 en 2021 a USD 7870 en 2025.

El peso de Nueva Zelanda se explica por la cercanía física, los menores costos logísticos trans-Tasmania, la similitud de preferencias de consumo, la presencia de cadenas minoristas integradas y la fuerte relación empresarial entre ambas economías. Un elemento central es el acuerdo Australia–Nueva Zelanda de Relaciones Económicas Más Estrechas, conocido como ANZCERTA o CER. El acuerdo prohíbe aranceles y restricciones cuantitativas para los bienes que cumplen reglas de origen; desde julio de 1990, dichos productos pueden comercializarse libres de aranceles entre ambos mercados.

Además, un reporte de IBISWorld destaca que Nueva Zelanda es el principal destino exportador de la industria australiana de chocolate y confitería. El cierre de la fábrica de Mondelez en Dunedin y la concentración de la producción en Australia reforzaron los flujos de chocolate australiano hacia el mercado neozelandés.

Malasia

Malasia fue el segundo destino en 2025, con exportaciones por USD 28,3 millones y 6863 toneladas. El valor creció 22,2 % acumulado entre 2021 y 2025, equivalente a un CAGR de 5,1 %; en contraste, el volumen registró una reducción de 9,8 %, o -2,5 % anual. La evolución refleja nuevamente una mayor valorización del producto exportado.

La posición de Malasia se explica por su condición de centro de distribución, manufactura alimentaria y comercio regional del Sudeste Asiático. Para empresas australianas, Malasia puede funcionar simultáneamente como mercado consumidor, destino de productos industriales y plataforma para abastecer cadenas minoristas, operadores de food service y distribuidores regionales.

La relación comercial está facilitada por el Malaysia–Australia Free Trade Agreement (MAFTA). Según el Departamento de Asuntos Exteriores y Comercio de Australia, 99 % de los bienes australianos exportados a Malasia ingresan con arancel cero, incluyendo una gama de alimentos procesados y manufacturas. Este marco reduce el costo de acceso y mejora la competitividad de las exportaciones australianas de productos terminados frente a proveedores que no cuenten con preferencias equivalentes.

Japón

Japón fue el tercer destino en 2025, con USD 22,2 millones y 4112 toneladas. Sin embargo, es el caso de mayor contracción entre los cinco principales destinos: el valor disminuyó 49,2 % respecto de 2021, con un CAGR negativo de 15,6 %, mientras que el volumen cayó 51,8 %, con un CAGR de -16,7 %.

En 2022, Japón fue incluso el segundo destino en importancia, con USD 67,7 millones y 10 912 toneladas. Desde entonces, las compras descendieron de manera continua. La caída podría estar relacionada con ajustes de inventarios, competencia de productores y exportadores asiáticos y europeos, mayor sensibilidad de compradores ante precios más altos y cambios en la estrategia de distribución de marcas australianas en el mercado japonés. No debe atribuirse esta reducción a un único factor sin información de contratos o empresas; no obstante, la evolución cuantitativa muestra una disminución clara tanto en valor como en volumen.

Pese a la caída, Japón continúa siendo un mercado relevante por su tamaño, sofisticación y orientación hacia productos de alta calidad. Japón es uno de los mercados que integran el núcleo de exportación de la industria australiana, junto con Malasia y Estados Unidos, y destaca el interés regional por chocolates extranjeros y de mayor calidad.

Filipinas

Filipinas mostró el desempeño más dinámico entre los cinco principales destinos. En 2025 importó desde Australia USD 20,0 millones y 4281 toneladas de la partida 1806. Frente a 2021, el valor prácticamente se duplicó, con un crecimiento acumulado de 95,1 % y un CAGR de 18,2 %; el volumen creció 63,8 %, equivalente a 13,1 % anual.

A diferencia de los mercados donde la recuperación se explica esencialmente por precio, Filipinas registró una expansión simultánea de valor y volumen. Esto indica un aumento real de la demanda física de productos australianos de chocolate y preparaciones con cacao. La evolución puede vincularse con el crecimiento del consumo urbano, la expansión del retail moderno, una población joven, una creciente demanda de productos de marca y la integración de cadenas de distribución regionales.

El acceso comercial se sustenta en el Acuerdo de Libre Comercio ASEAN–Australia–Nueva Zelandia, conocido como AANZFTA. El gobierno australiano señala que este acuerdo ha reducido una amplia gama de aranceles en el comercio bilateral con Filipinas, y que fue modernizado en 2023 para mantener sus beneficios para empresas, trabajadores y consumidores de la región. Para los exportadores australianos, este contexto facilita el ingreso de alimentos procesados y preparados de cacao a un mercado de consumo en expansión.

Indonesia

Indonesia ocupó el quinto lugar en 2025, con USD 8,4 millones y 1666 toneladas. El valor se mantuvo prácticamente estable respecto de 2021, con una caída acumulada de 2,6 % y un CAGR de -0,7 %; el volumen, en cambio, se contrajo 25,9 %, equivalente a -7,2 % anual. El resultado sugiere una subida del valor unitario que compensó la reducción de cantidades.

Indonesia combina dos características relevantes. Por un lado, es un mercado de consumo grande y de rápido desarrollo. Por otro, posee una industria local de cacao, molienda y transformación, además de acceso a otros proveedores asiáticos con estructuras de costo competitivas. Esto limita las posibilidades de Australia en productos estándar y de bajo precio, pero abre espacio para productos diferenciados, de marca, premium, funcionales, de formulación especializada o dirigidos a segmentos de ingresos medios y altos.

Reportes sectoriales destacan precisamente que la producción de bajo costo en países como China, Singapur e Indonesia genera competencia para la manufactura australiana, pues sus productos pueden resultar más atractivos para distribuidores y minoristas que buscan maximizar márgenes. Por ello, las exportaciones australianas hacia Indonesia tienden a depender más de diferenciación de producto, reconocimiento de marca, calidad, conveniencia y posicionamiento premium que de precio.

Factores adicionales del comportamiento exportador

El desempeño exportador de la partida 1806 entre 2021 y 2025 debe analizarse dentro de un contexto de aumento de costos, presión competitiva y cambio en las preferencias de consumo. El primer factor es la volatilidad del cacao. Australia depende de la importación de cacao para su industria; por tanto, un incremento en la cotización internacional se transmite a los costos de manufactura y, posteriormente, al valor de exportación. Además, los costos de cacao aumentaron desde 2023 debido a condiciones climáticas adversas y enfermedades en Costa de Marfil y Ghana.

El segundo factor es la premiumización. Los consumidores en diversos mercados del Asia-Pacífico demandan productos con mayor calidad, sabores novedosos, trazabilidad, menor contenido de azúcar, ingredientes naturales, certificaciones éticas, opciones veganas y empaques sostenibles. Esta tendencia puede elevar el valor promedio de las exportaciones aun cuando el volumen físico disminuya. La industria australiana ha respondido mediante chocolates oscuros, productos gourmet, opciones sin azúcar, veganas, libres de gluten, orgánicas y líneas artesanales.

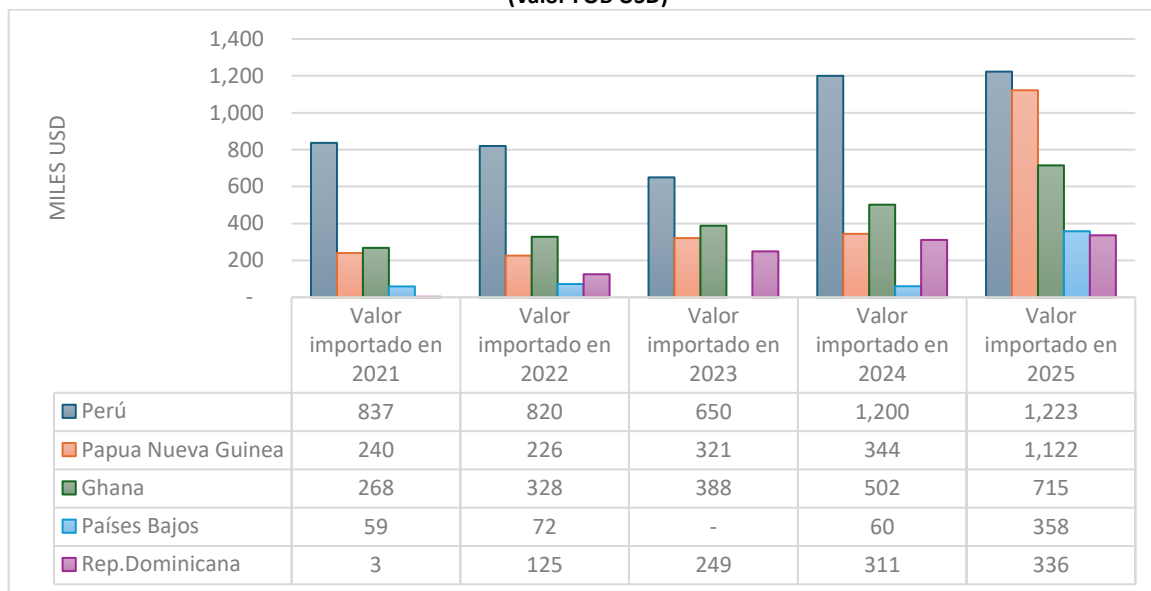
El tercer factor es la competencia internacional. Las exportaciones australianas compiten con productores europeos de alta reputación, principalmente de Alemania, Italia y Bélgica en el segmento premium, así como con proveedores asiáticos de menor costo en productos masivos. La presión competitiva limita la capacidad de crecimiento por volumen y obliga a la industria australiana a diferenciarse mediante calidad, innovación, marcas, sostenibilidad y eficiencia productiva.

El cuarto factor es la consolidación y racionalización industrial. Los grandes fabricantes han realizado inversiones en automatización, centros de distribución y ampliación de capacidad, con el objetivo de mejorar productividad y reducir costos. Mondelez y Mars Wrigley han invertido en modernización y automatización de plantas australianas, fortaleciendo su capacidad para servir tanto el mercado interno como determinadas rutas de exportación regional.

Finalmente, la dinámica de 2025 refleja una recuperación importante del valor exportado, pero no una recuperación estructural del volumen. Para un proveedor peruano de cacao, esta distinción es fundamental: el mercado australiano no necesariamente demandará mayores cantidades de producto básico, sino insumos y productos capaces de contribuir a una oferta de mayor valor por tonelada. Las oportunidades más consistentes se ubican en cacao fino de aroma, cacao certificado, nibs, pasta de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao de calidad diferenciada y chocolates con trazabilidad de origen, atributos que pueden integrarse a la estrategia de premiumización de la industria australiana.

Importaciones

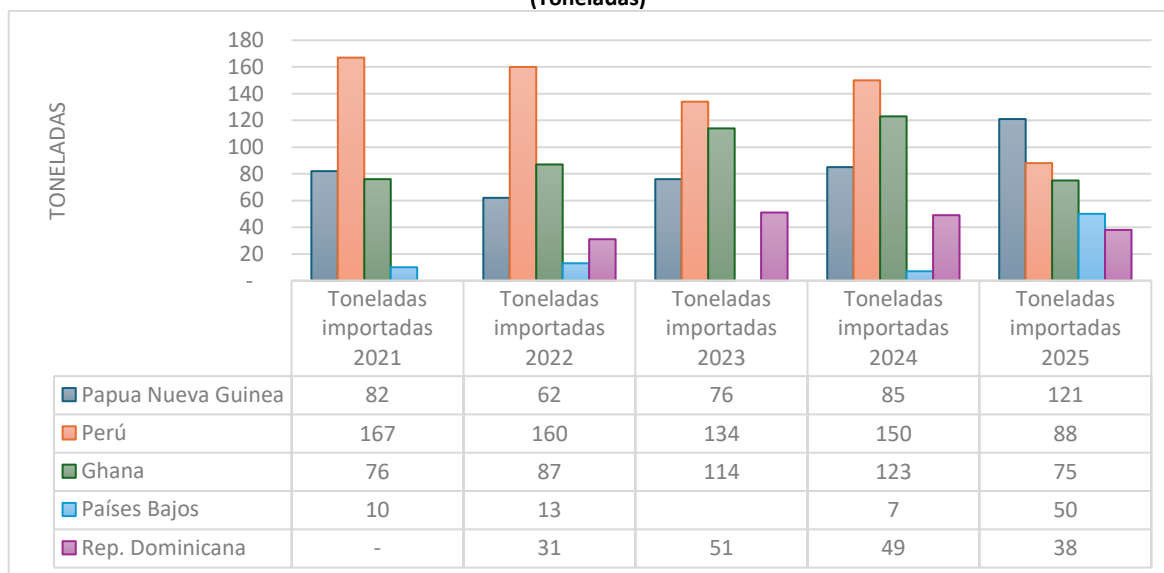
**FIGURA 03: IMPORTACIONES P.A 18.01 CACAO EN GRANO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor FOB USD)**



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 04: IMPORTACIONES P.A 18.01 CACAO EN GRANO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Toneladas)**



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

Australia no cuenta con producción de cacao y, por ello, su industria de chocolate, confitería y productos de cacao depende del abastecimiento externo de grano, además de otros insumos y semielaborados. La partida analizada corresponde a la HS 1801: “Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado”; es decir, comprende el grano como materia prima para tostado, molienda, elaboración de nibs, licor o pasta, manteca, polvo de cacao y productos finales de chocolate.

El análisis muestra que Australia mantuvo un volumen relativamente estable de importación entre 2021 y 2025, pero duplicó ampliamente el valor pagado. En 2021 importó 485 toneladas por USD 2,22 millones; en 2025 adquirió 463 toneladas por USD 4,80 millones. Por tanto, el volumen cayó ligeramente, mientras que el valor importado creció de manera muy importante.

Este resultado evidencia un mercado de importación pequeño en términos físicos, pero cada vez más valorizado. La cantidad importada en 2025 fue inferior en 22 toneladas respecto de 2021; sin embargo, el gasto total aumentó en USD 2,57 millones. El aumento no responde, por tanto, a una expansión del consumo físico de grano, sino a un alza marcada del valor pagado por tonelada y a un cambio en la composición de orígenes, calidades, lotes, certificaciones o condiciones comerciales de abastecimiento.

Crecimiento anual compuesto

La diferencia entre ambos CAGRs (volumen y valor) es el principal hallazgo. Australia aumentó el valor importado a una tasa anual de 21,2 %, aunque el volumen disminuyó 1,2 % anual. El valor unitario promedio pasó de aproximadamente USD 4594 por tonelada en 2021 a USD 10,374 por tonelada en 2025. Esta tendencia es compatible con el fuerte encarecimiento internacional del cacao, acentuado desde 2023, y con una posible mayor participación de granos diferenciados, de origen, de calidad fina, orgánicos, certificados o adquiridos en lotes pequeños para fabricantes especializados.

La evolución anual refuerza esta interpretación. Entre 2021 y 2024, las compras físicas se mantuvieron en un rango de 463 a 497 toneladas. En 2025, el volumen descendió a 463 toneladas, prácticamente igual al registrado en 2023, mientras el valor alcanzó su máximo de USD 4,80 millones.

El salto de valor entre 2024 y 2025 es particularmente significativo: el gasto aumentó 61,4 %, pese a que las toneladas disminuyeron 6,8 %. Este patrón sugiere una importante transmisión del encarecimiento del cacao al valor de importación y/o un ajuste de la canasta hacia orígenes o calidades de mayor precio.

Principales orígenes

En 2025, los cinco principales proveedores de cacao en grano para Australia fueron Perú, Papúa Nueva Guinea, Ghana, Países Bajos y República Dominicana. En conjunto, representaron USD 3,75 millones, equivalentes a 78,2 % del valor total importado, y 372 toneladas, equivalentes a 80,3 % del volumen total. Esto muestra una concentración alta, aunque con una combinación de proveedores directos de origen —Perú, Papúa Nueva Guinea, Ghana y República Dominicana— y un importante centro comercial y de redistribución —Países Bajos—.

El sexto proveedor fue Ecuador, con USD 286 mil y 25 toneladas en 2025. Le siguieron Singapur, Alemania, Tailandia, Bélgica, Tanzania y Vanuatu. La diversidad de orígenes indica que los importadores australianos no dependen exclusivamente de un solo país y probablemente

combinan granos para distintos usos industriales, perfiles sensoriales, especificaciones de calidad y necesidades de sus clientes.

Perú: principal proveedor en valor

Perú fue el principal proveedor de cacao en grano para Australia durante todo el periodo 2021-2025 y concentró 25,5 % del valor importado en 2025. En dicho año, Australia importó desde Perú USD 1,22 millones y 88 toneladas de la partida 1801. En 2021, los envíos peruanos representaban USD 837 mil y 167 toneladas.

La evolución revela una aparente paradoja: entre 2021 y 2025, el valor importado desde Perú aumentó 46,1 %, mientras que el volumen se redujo 47,3 %. Como resultado, el CAGR de valor fue positivo, de 9,9 % anual, pero el CAGR de volumen fue negativo, de -14,8 % anual.

El valor unitario implícito de las importaciones peruanas prácticamente se triplicó: pasó de unos USD 5012 por tonelada en 2021 a USD 13 898 por tonelada en 2025. Este nivel se ubicó por encima del promedio total australiano de USD 10 374 por tonelada para la partida 1801, lo que sugiere que Perú está abasteciendo una categoría de cacao de valor relativo superior al promedio de las importaciones australianas.

Dicha situación es coherente con el posicionamiento del cacao peruano en segmentos de cacao fino de aroma, cacao nativo amazónico, cacao orgánico, comercio justo, trazabilidad territorial y lotes diferenciados. Sin embargo, debe precisarse que la data comercio registra únicamente valor, peso y país de origen; no permite identificar el tipo específico de cacao, certificación, comprador, marca, condiciones de venta ni la composición de cada lote. Por ello, la interpretación de un posible posicionamiento premium debe considerarse una hipótesis comercial consistente con el patrón de valor unitario, pero no una verificación documental de la calidad de cada embarque.

La trayectoria anual de Perú muestra un descenso en 2023, seguido por una recuperación notable de valor en 2024 y estabilización en 2025. El volumen, sin embargo, no se recuperó en la misma magnitud.

La caída física de las compras desde Perú entre 2024 y 2025 —de 150 a 88 toneladas— contrasta con un aumento marginal del valor —de USD 1,20 a USD 1,22 millones—. Esta combinación indica un crecimiento muy fuerte del valor por tonelada, que puede explicarse por el aumento internacional de precios, la compra de lotes con atributos diferenciados, costos de flete y logística, tipos de cambio, contratos de suministro, menor disponibilidad de ciertos perfiles de grano, cambios en los términos de compraventa o un efecto estadístico asociado al reducido tamaño del mercado en toneladas.

Para Perú, la principal lectura estratégica es que Australia representa un mercado pequeño en volumen, pero con un potencial significativo en valor. No se trata de un destino para colocar grandes volúmenes de cacao convencional, sino de un mercado de nicho en el que pueden tener mayor atractivo el cacao fino de aroma, granos de origen identificado, materiales nativos, certificaciones orgánicas y de sostenibilidad, trazabilidad, perfiles sensoriales diferenciados y relaciones comerciales directas con fabricantes premium, bean-to-bar y chocolateros artesanales.

Papúa Nueva Guinea

Papúa Nueva Guinea fue el segundo proveedor en valor en 2025, con USD 1,12 millones y 121 toneladas, superando a Ghana y acercándose al monto importado desde Perú. Es el proveedor con el mayor crecimiento estructural entre los principales orígenes con base comparable: el valor aumentó a un CAGR de 47,0 % y el volumen a 10,2 % anual entre 2021 y 2025.

Este dinamismo responde, en primer lugar, a la proximidad geográfica con Australia. Papúa Nueva Guinea se ubica en el entorno inmediato del Pacífico y puede ofrecer menores tiempos de tránsito, mayor flexibilidad logística y una mayor capacidad de abastecimiento oportuno frente a proveedores latinoamericanos o africanos. En segundo lugar, el país es conocido por producir cacao de perfil diferenciado, incluido cacao fermentado de interés para chocolatería de especialidad. En tercer lugar, la industria australiana puede buscar diversificar sus compras hacia proveedores cercanos para reducir riesgos de abastecimiento ante la volatilidad global.

Ghana

Ghana ocupó el tercer puesto en 2025, con USD 715 mil y 75 toneladas. Entre 2021 y 2025, el valor importado aumentó 166,8 %, equivalente a un CAGR de 27,8 %, mientras que el volumen se mantuvo prácticamente estable: pasó de 76 a 75 toneladas, con un CAGR de -0,3 %.

El patrón de Ghana es representativo de la dinámica global del cacao: el volumen no crece, pero el valor desembolsado aumenta significativamente. Ghana es uno de los principales referentes mundiales de cacao, reconocido por su oferta estandarizada y apta para la molienda y fabricación industrial de chocolate. Para la industria australiana, el país ofrece disponibilidad comercial, experiencia exportadora, mecanismos de clasificación y trazabilidad sectorial relativamente consolidados, así como un perfil de cacao utilizado ampliamente en mezclas para productos de consumo masivo.

No obstante, el abastecimiento desde África Occidental enfrenta riesgos de precio y suministro. El reporte de IBISWorld señala que las enfermedades y eventos climáticos que afectaron a Costa de Marfil y Ghana contribuyeron al encarecimiento del cacao desde 2023. En ese sentido, el valor importado desde Ghana creció más por la valorización de la materia prima que por una expansión de las toneladas adquiridas.

Países Bajos

Los Países Bajos fueron el cuarto proveedor en 2025, con USD 358 mil y 50 toneladas. El crecimiento respecto de 2021 fue notable: el valor aumentó a una tasa CAGR de 56,9 % y el volumen a 49,5 % anual. Sin embargo, debe interpretarse con cautela porque parte de una base reducida: en 2021 se importaron solamente 10 toneladas por USD 59 mil, y en 2023 no se registraron compras relevantes.

Este origen no corresponde a una producción agrícola de cacao. Países Bajos es, más bien, uno de los principales centros mundiales de comercio, almacenamiento, selección, molienda y redistribución de cacao y derivados, especialmente a través del sistema portuario y logístico de Róterdam. Por tanto, las importaciones australianas registradas desde este origen pueden corresponder a grano producido en África, América Latina o Asia, que fue consolidado, almacenado, clasificado o comercializado por operadores europeos antes de ser enviado a Australia.

La compra desde Países Bajos puede responder a necesidades de abastecimiento de lotes específicos, adquisiciones a traders internacionales, disponibilidad inmediata de inventario, consolidación de carga, condiciones contractuales, estándares de calidad, servicios de almacenamiento, certificaciones o diversificación de riesgos. No debe interpretarse automáticamente como cacao de origen neerlandés, sino como comercio desde una plataforma logística y comercial global.

República Dominicana

República Dominicana fue el quinto proveedor en 2025, con USD 336 mil y 38 toneladas. No es posible calcular un CAGR comparable frente a 2021, dado que ese año las importaciones fueron prácticamente nulas: USD 3 mil y un volumen registrado como cero toneladas. Sin embargo, desde 2022 se observa una consolidación progresiva: USD 125 mil y 31 toneladas en 2022; USD 249 mil y 51 toneladas en 2023; USD 311 mil y 49 toneladas en 2024; y USD 336 mil y 38 toneladas en 2025.

La presencia de República Dominicana es consistente con la preferencia de segmentos australianos por cacao latinoamericanos de calidad diferenciada, orgánicos, de comercio justo y con trazabilidad. El país caribeño cuenta con una industria exportadora de cacao consolidada y es reconocido en mercados especializados por cacao fermentado, con perfiles sensoriales y atributos de sostenibilidad que pueden resultar atractivos para marcas premium, fabricantes artesanales y chocolateros bean-to-bar.

Su crecimiento desde una base pequeña también puede explicarse por la búsqueda de diversificación. Para compradores australianos, incorporar más orígenes de América Latina y el Caribe reduce la exposición a un único proveedor, permite desarrollar mezclas específicas y ofrece opciones para narrativas de origen, comercio justo, agricultura familiar o agroforestería.

Otras razones del comportamiento importador

El comportamiento de las importaciones australianas de cacao en grano se explica por la interacción de factores de oferta internacional, demanda industrial, logística, precios y cambios en las preferencias de consumo.

Primero, la industria australiana necesita importar cacao porque su no produce cacao, para cubrir los requerimientos de sus fabricantes. El cacao es uno de los principales materiales de compra en la fabricación de chocolate y confitería, junto con azúcar, leche, saborizantes, aceites, frutas, frutos secos, colorantes, aditivos y empaques.

Segundo, el aumento de la cotización internacional del cacao elevó la factura importadora. Australia compra una cantidad relativamente pequeña de grano bajo la partida 1801, pero el salto de valor entre 2024 y 2025 es consistente con un escenario de granos más caros. Esta tendencia afecta especialmente a un mercado importador neto que debe adquirir insumos externos para sostener su manufactura de chocolate y derivados.

Tercero, la clasificación HS 1801 no representa la totalidad del cacao utilizado por la industria australiana. Parte importante de sus necesidades puede ingresar en partidas de productos semielaborados, como pasta de cacao, manteca de cacao o cacao en polvo, que no están incluidos en el presente análisis (se verán más adelante). Esta precisión es indispensable: las 463 toneladas importadas en 2025 bajo la partida 1801 reflejan solamente los granos enteros o partidos, crudos

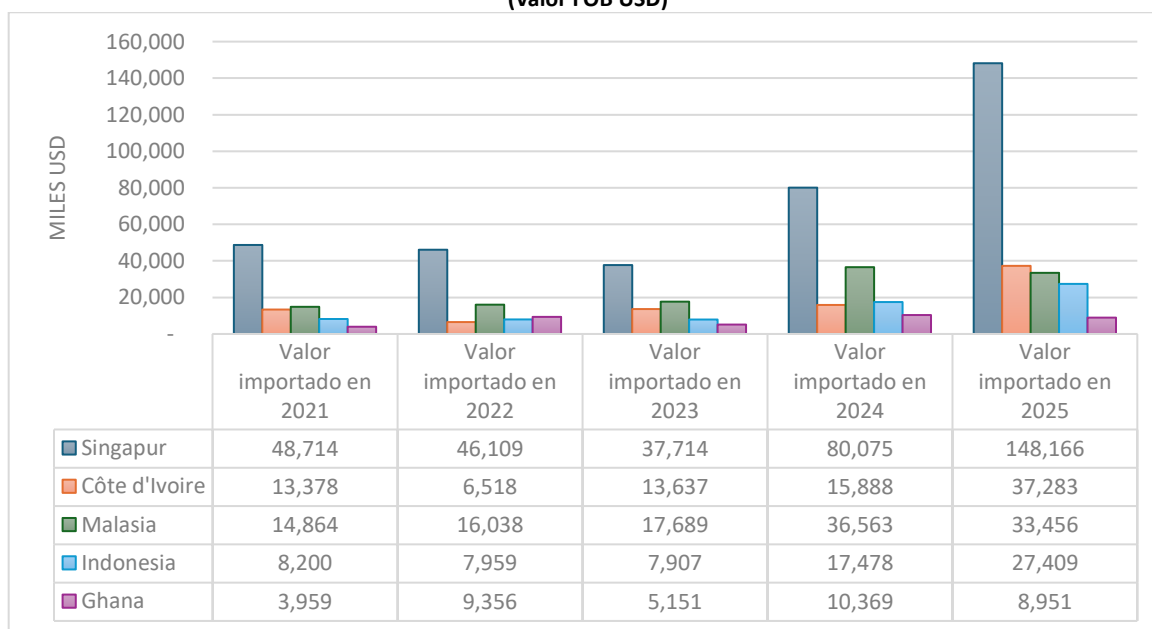
o tostados, y no el total equivalente de cacao procesado que puede ser utilizado por la industria nacional.

Cuarto, la industria está cambiando hacia productos de mayor valor y mayor diferenciación. Se identifica un aumento de la demanda por chocolates oscuros, gourmet, orgánicos, veganos, de comercio justo, bajos en azúcar y con ingredientes naturales. También se reporta el crecimiento de fabricantes artesanales y de lotes pequeños, que priorizan ingredientes funcionales, orgánicos, locales o éticamente abastecidos. Estas tendencias favorecen compras de cacao de origen y de calidad diferenciada, incluso si el volumen total de grano no aumenta.

Quinto, la diversificación de proveedores constituye una estrategia de reducción de riesgo. La concentración de la oferta mundial en África Occidental expone a los compradores a riesgos climáticos, fitosanitarios, sociales, logísticos y de precio. Al comprar a Perú, Papúa Nueva Guinea, Ghana, República Dominicana, Ecuador y a operadores comerciales europeos, Australia combina diferentes perfiles de calidad, ventanas logísticas, condiciones de entrega y niveles de riesgo.

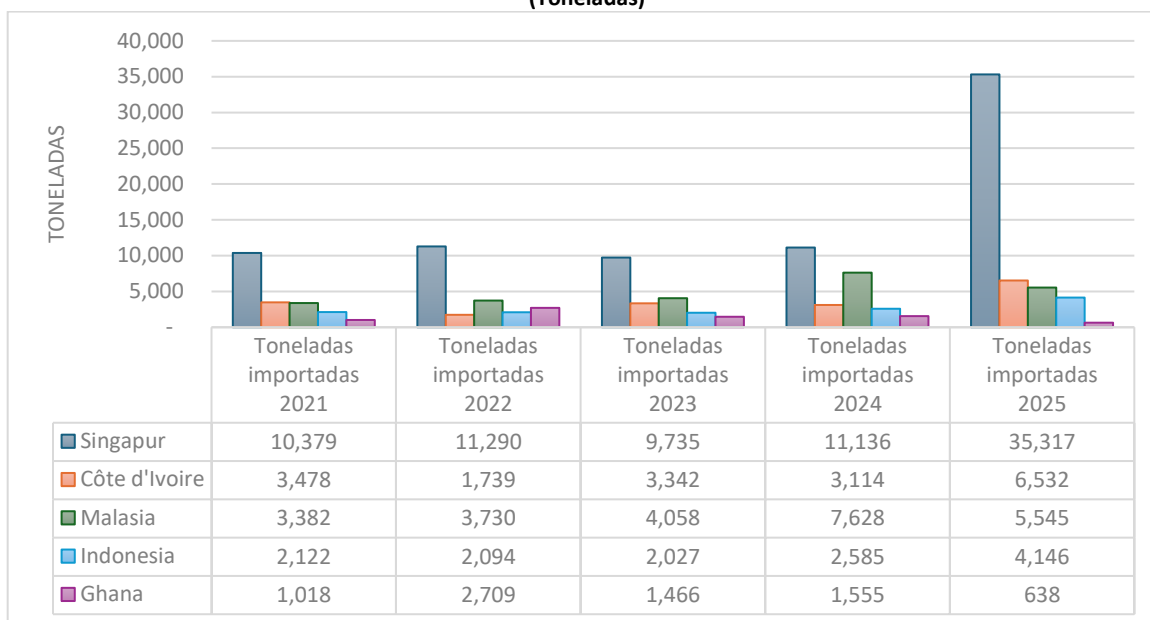
Sexto, la industria australiana enfrenta competencia de importaciones de chocolates terminados desde Europa y Asia, además de presión de marcas propias de supermercados. Ello obliga a los fabricantes locales a controlar costos, automatizar procesos, asegurar contratos de suministro y diferenciarse mediante calidad, innovación y sostenibilidad.

**FIGURA 05: IMPORTACIONES P.A 18.03 PASTA DE CACAO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor FOB USD)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 06: IMPORTACIONES P.A 18.03 PASTA DE CACAO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Toneladas)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Australia importa pasta de cacao —partida HS 1803, que comprende pasta de cacao incluso desgrasada— para abastecer su industria de chocolate, coberturas, confitería, bebidas, panificación y otros alimentos procesados. A diferencia del cacao en grano, la pasta de cacao es un insumo semielaborado: resulta de moler nibs de cacao tostados y descascarillados, y puede utilizarse directamente como base de formulación en la manufactura de chocolate.

El comportamiento de la partida 1803 confirma que la industria australiana se abastece crecientemente de insumos procesados, en lugar de depender exclusivamente de grano para molienda local. En 2021, Australia importó 21 096 toneladas de pasta de cacao por un valor de USD 92,19 millones. En 2025, las compras se elevaron a 53 031 toneladas, valorizadas en USD 262,04 millones.

Entre 2021 y 2025, las compras australianas de pasta de cacao aumentaron más de dos veces y media en toneladas, mientras el valor importado casi se triplicó. A diferencia del mercado de cacao en grano —donde el aumento de valor estuvo asociado principalmente al encarecimiento por tonelada—, en la pasta de cacao el principal motor fue la expansión de los volúmenes importados. Esto indica una mayor necesidad de abastecimiento industrial de productos semielaborados para la manufactura australiana de chocolate y preparaciones con cacao.

El valor unitario promedio aumentó de USD 4370 por tonelada en 2021 a USD 4941 por tonelada en 2025. Aunque el incremento unitario fue moderado frente al observado en grano, esta tendencia refleja la presión internacional sobre las materias primas de cacao y sobre los costos de molienda, energía, logística marítima, almacenamiento y financiamiento de inventarios.

Crecimiento anual compuesto

La tasa anual compuesta de 29,8 % en valor y 25,9 % en volumen muestra que el incremento de las importaciones fue predominantemente real, es decir, estuvo sustentado en mayores cantidades compradas. El aumento de precio unitario contribuyó, pero no fue el factor principal. Esta tendencia sugiere un mayor uso de pasta importada por parte de fabricantes australianos que buscan asegurar continuidad de suministro, estandarizar formulaciones y reducir procesos internos de molienda.

El comportamiento anual muestra una fase de estabilidad relativa entre 2021 y 2023, seguida de una expansión marcada durante 2024 y, especialmente, 2025. El salto de 2024 a 2025 es el hecho más relevante: Australia importó 25 611 toneladas adicionales, un aumento de 93,4 %, mientras el valor creció USD 92,57 millones. Esta aceleración puede haber respondido a la necesidad de asegurar materia prima procesada ante la volatilidad internacional del cacao, la reposición de inventarios, cambios en la localización de la molienda y una mayor demanda de fabricantes de chocolate, confitería, productos de panificación y food service.

Principales países proveedores

Las importaciones australianas de pasta de cacao están altamente concentradas. En 2025, los cinco principales proveedores —Singapur, Costa de Marfil, Malasia, Indonesia y Ghana— concentraron USD 255,26 millones, equivalentes a 97,4 % del valor total importado, y 52 178 toneladas, equivalentes a 98,4 % del volumen total.

Esta concentración responde a la estructura mundial de la industria del cacao. Los países de África Occidental aportan grandes volúmenes de cacao y capacidad de molienda; Singapur, Malasia e Indonesia operan como hubs industriales, logísticos y comerciales de cacao para Asia-Pacífico, con infraestructura portuaria, plantas de procesamiento, inventarios regionales y presencia de grandes traders y procesadores internacionales.

La concentración en estos cinco proveedores implica que la seguridad de suministro australiana depende, en alto grado, de rutas y procesadores ubicados en el Sudeste Asiático y África Occidental. Para los exportadores peruanos, ello significa que competir en pasta de cacao exige diferenciarse por calidad, perfil sensorial, trazabilidad, certificaciones, sostenibilidad, flexibilidad comercial y capacidad de cumplir especificaciones técnicas consistentes.

Singapur: principal plataforma regional

Singapur fue el principal origen de pasta de cacao para Australia durante todo el periodo. En 2025 suministró 35 317 toneladas, por un valor de USD 148,16 millones; concentró 56,5 % del valor total y 66,6 % del volumen importado por Australia. Entre 2021 y 2025, sus exportaciones hacia Australia crecieron a una tasa CAGR de 32,1 % en valor y 35,8 % en volumen.

Singapur no es un productor agrícola de cacao, sino un centro regional de comercio, almacenamiento, financiamiento, distribución y procesamiento de alimentos. Su liderazgo se explica por la presencia de empresas internacionales de cacao, operadores de trading, puertos de alta eficiencia, redes logísticas para Asia-Pacífico, disponibilidad de inventarios y capacidad de consolidar cargas desde distintos orígenes. La pasta enviada desde Singapur puede contener cacao originado en África, América Latina o Asia, pero procesado, almacenado o comercializado desde dicha plataforma.

La estrecha relación comercial y logística entre Australia y Singapur refuerza esta posición. Se identifica a Singapur como uno de los principales mercados vinculados al comercio exterior de chocolate y cacao en Australia, y señala que Barry Callebaut cuenta con una importante presencia regional en Singapur. La adquisición del fabricante australiano GKC Foods en 2020 permitió a Barry Callebaut consolidar operaciones manufactureras en Australia, reduciendo ciertas importaciones de productos elaborados desde Singapur, aunque Singapur mantiene una posición central como plataforma de suministro de ingredientes de cacao.

Costa de Marfil: origen directo y capacidad de molienda

Costa de Marfil fue el segundo proveedor en 2025, con 6532 toneladas y USD 37,28 millones. Sus envíos crecieron a un CAGR de 29,2 % en valor y 17,1 % en volumen entre 2021 y 2025.

La relevancia de Costa de Marfil se explica por su condición de principal país productor mundial de cacao y por la expansión de su capacidad de procesamiento local. El país no solo exporta grano, sino también productos semielaborados como pasta, manteca y polvo de cacao. Para importadores australianos, comprar directamente desde Costa de Marfil permite acceder a grandes volúmenes, abastecimiento especializado para la industria masiva y una relación relativamente directa con los orígenes de la materia prima.

El crecimiento de las importaciones desde Costa de Marfil también puede estar vinculado con estrategias de diversificación de proveedores. Australia reduce parte de su dependencia de hubs comerciales asiáticos al adquirir pasta desde una fuente productora y procesadora de África Occidental. Sin embargo, esta ruta está expuesta a la volatilidad de la oferta de cacao; además los eventos climáticos adversos y enfermedades en los cultivos de Costa de Marfil y Ghana afectaron los costos globales del cacao desde 2023.

Malasia: hub manufacturero del Sudeste Asiático

Malasia fue el tercer proveedor, con 5545 toneladas y USD 33,45 millones en 2025. Entre 2021 y 2025, sus ventas a Australia crecieron a un CAGR de 22,5 % en valor y 13,2 % en volumen. Aunque en 2025 sus toneladas disminuyeron respecto de 2024 —cuando alcanzaron 7628 toneladas—, el país mantuvo un papel estructural como proveedor de pasta para la industria australiana.

Malasia posee una capacidad importante de molienda de cacao y está conectada a las rutas comerciales del Sudeste Asiático. Al igual que Singapur, funciona como punto de procesamiento y distribución de granos provenientes de África, América Latina y Asia. Su relevancia para Australia se relaciona con la proximidad marítima, costos logísticos competitivos, disponibilidad de pasta estandarizada para formulaciones industriales y la existencia de cadenas comerciales consolidadas.

Indonesia: cercanía y procesamiento regional

Indonesia ocupó el cuarto lugar, con 4146 toneladas y USD 27,40 millones en 2025. Entre 2021 y 2025, el valor aumentó a un CAGR de 35,2 % y el volumen a 18,2 % anual.

Indonesia es un país productor de cacao y, además, cuenta con una industria de procesamiento que exporta derivados hacia mercados regionales. Para Australia, ofrece una combinación de proximidad geográfica, tiempos de tránsito relativamente menores, integración comercial regional, costos competitivos y acceso a pasta de cacao para aplicaciones industriales. Este origen

es particularmente relevante para la fabricación de chocolate de consumo masivo, coberturas, rellenos y otros productos que requieren suministro continuo y especificaciones estandarizadas.

Ghana: proveedor de volumen, pero con menor demanda física

Ghana ocupó el quinto puesto en valor en 2025, con USD 8,95 millones y 638 toneladas. Entre 2021 y 2025, el valor importado creció a una tasa CAGR de 22,6 %, mientras que el volumen disminuyó a una tasa de -11,0 % anual.

Este comportamiento indica que el aumento de valor importado desde Ghana no estuvo impulsado por mayores cantidades, sino por el incremento del valor por tonelada. Ghana es un proveedor mundial reconocido de cacao para molienda industrial, pero el descenso del volumen importado por Australia puede reflejar cambios en las cadenas de abastecimiento, sustitución parcial por proveedores asiáticos, restricciones de oferta, precios elevados o una mayor preferencia por rutas comerciales y plantas de molienda ubicadas en Singapur, Malasia e Indonesia.

El caso de Ghana es coherente con la presión global sobre la oferta de cacao. Las dificultades productivas en África Occidental elevaron los precios de insumos, y la industria australiana ha debido manejar esta volatilidad mediante contratos, diversificación de proveedores y mejoras de eficiencia.

Participación y evolución de Perú

Perú ocupó el séptimo lugar como proveedor de pasta de cacao a Australia en 2025, con importaciones por USD 2,09 millones y 387 toneladas. Si bien su participación fue todavía reducida —0,8 % del valor total y 0,7 % del volumen total—, presentó una de las expansiones más dinámicas entre los proveedores con presencia continua durante todo el periodo.

Entre 2021 y 2025, Australia incrementó sus importaciones de pasta de cacao peruana desde USD 437 mil a USD 2,09 millones, y de 71 a 387 toneladas. Ello equivale a un crecimiento acumulado de 378,0 % en valor y 445,1 % en volumen.

El principal hallazgo para Perú es que el crecimiento estuvo impulsado por el volumen. En 2025, Australia importó 256 toneladas más de pasta peruana que en 2024, cuando había adquirido 131 toneladas. El valor, por su parte, aumentó de USD 1,15 millones a USD 2,09 millones. Esto sugiere que compradores australianos ampliaron la demanda física de pasta peruana, posiblemente para aplicaciones industriales, formulaciones especiales o líneas vinculadas a cacao de origen.

A diferencia de la partida de cacao en grano, donde el valor unitario de Perú aumentó sustancialmente entre 2021 y 2025, la pasta peruana registró una reducción moderada en el valor unitario implícito. Esto no debe interpretarse automáticamente como deterioro de calidad o precio. Puede responder a economías de escala por mayor volumen, cambios en el tipo de pasta comercializada —natural, alcalinizada, desgrasada, con distinto porcentaje de manteca—, contratos de suministro, condiciones Incoterms, fletes, tipo de envase o composición de clientes.

La evolución anual muestra un crecimiento gradual hasta 2024 y una aceleración relevante en 2025.

Perú puede competir en pasta de cacao en Australia con una propuesta distinta a la de los grandes hubs asiáticos. Singapur, Malasia e Indonesia ofrecen escala, cercanía y eficiencia logística; Costa de Marfil y Ghana aportan gran disponibilidad de cacao industrial. En contraste, Perú puede posicionarse mediante pasta de cacao fino de aroma, perfiles sensoriales diferenciados, trazabilidad por región o cooperativa, certificaciones orgánicas o de comercio justo, atributos de sostenibilidad, baja presencia de cadmio y desarrollo de relaciones directas con fabricantes premium, bean-to-bar, empresas de ingredientes y chocolateros especializados.

Factores que explican las importaciones

El crecimiento de las importaciones australianas de pasta de cacao está relacionado, primero, con la estructura de su industria. Australia transforma cacao en chocolate, confitería y productos de cacao, pero no dispone de una producción primaria suficiente para proveer la materia prima. En consecuencia, depende de importaciones de grano y, cada vez más, de productos semielaborados como la pasta de cacao.

Segundo, importar pasta reduce etapas productivas locales. El uso de pasta permite a los fabricantes evitar o reducir operaciones de tostado, descascarillado y molienda de grano, lo cual puede mejorar la eficiencia operativa, simplificar la estandarización de recetas y reducir inversiones en equipos especializados. Esto es especialmente relevante en una industria que enfrenta presión de costos, competencia de marcas propias de supermercados e importaciones de productos terminados.

Tercero, las empresas australianas enfrentan una alta volatilidad de insumos. El reporte sectorial señala que el precio mundial del cacao influye directamente en los costos de compra y que los fabricantes buscan contratos estables, diversificación de proveedores y eficiencia productiva para mitigar esa volatilidad. El fuerte aumento de las compras de pasta en 2024 y 2025 puede reflejar estrategias de aseguramiento de suministro, recomposición de inventarios o consolidación de compras desde procesadores regionales.

Cuarto, la concentración en proveedores asiáticos se explica por la geografía económica de la cadena del cacao. Singapur, Malasia e Indonesia tienen puertos, infraestructura, plantas de molienda, operadores internacionales y rutas marítimas consolidadas hacia Australia. Esto permite ofrecer pasta de cacao estandarizada, con tiempos de entrega competitivos y posibilidad de abastecer tanto a grandes fabricantes como a distribuidores de ingredientes.

Implicancias para Perú

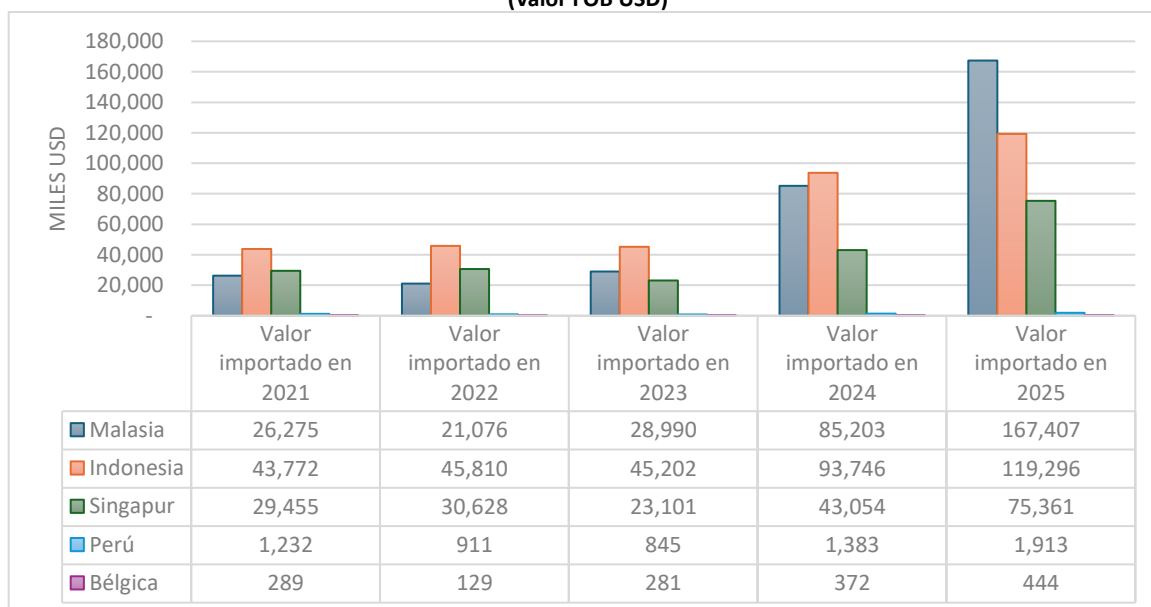
Australia es un mercado de gran tamaño para pasta de cacao, con importaciones de más de 53 mil toneladas y USD 262 millones en 2025. No obstante, la competencia está altamente concentrada en proveedores de escala industrial: Singapur, Costa de Marfil, Malasia, Indonesia y Ghana controlan prácticamente la totalidad del mercado.

Para Perú, la oportunidad no está en competir únicamente en precio o volumen contra estos grandes operadores. El crecimiento de 52,8 % anual en toneladas y 47,9 % anual en valor de las importaciones australianas de pasta peruana demuestra que existe una demanda creciente, aunque desde una base todavía pequeña. La estrategia recomendable debe orientarse a consolidar esa expansión con una oferta técnicamente consistente: especificación de contenido de grasa, viscosidad, granulometría, humedad, microbiología, trazabilidad, control de cadmio,

capacidad de despacho, certificados de análisis por lote y certificaciones orgánicas, sociales o ambientales cuando correspondan.

La pasta peruana puede generar mayor valor si se presenta como ingrediente de origen para chocolate premium, confitería funcional, barras con alto contenido de cacao, productos veganos y líneas de chocolate oscuro. Para sostener el crecimiento, será importante establecer relaciones comerciales estables con importadores y procesadores australianos, asegurar continuidad de oferta, desarrollar formatos adecuados para uso industrial y comunicar de forma verificable los atributos sensoriales, territoriales y de sostenibilidad del cacao peruano.

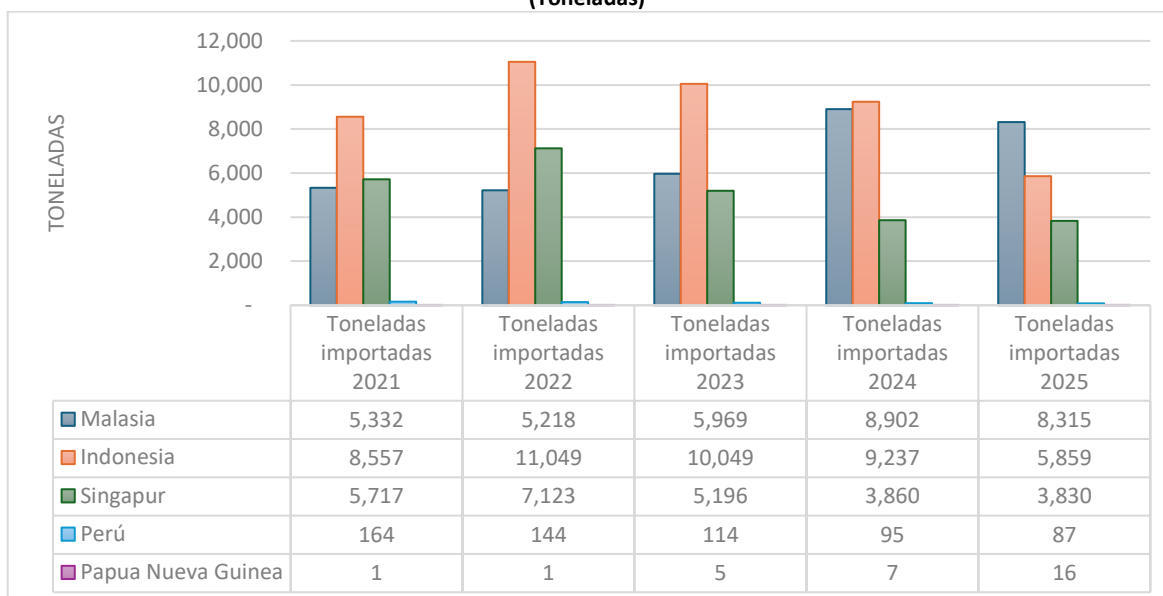
FIGURA 07: IMPORTACIONES P.A 18.04 MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO DEL MUNDO, 2021 - 2025
(Valor FOB USD)



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERÚ

FIGURA 08: IMPORTACIONES P.A 18.04 MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO DEL MUNDO, 2021 - 2025 (Toneladas)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Australia importa manteca, grasa y aceite de cacao —partida HS 1804— para abastecer su industria de chocolate, coberturas, confitería, panificación, helados, bebidas, ingredientes funcionales y, en menor medida, aplicaciones cosméticas y farmacéuticas. La manteca de cacao es la fracción grasa natural extraída de la pasta de cacao; tiene alta importancia técnica porque determina la textura, brillo, punto de fusión, estabilidad y sensación en boca del chocolate.

El análisis de las importaciones australianas muestra una expansión muy fuerte del gasto en manteca de cacao entre 2021 y 2025, pero acompañada de una reducción de las toneladas adquiridas. En 2021, Australia importó 20 194 toneladas por USD 103,27 millones. En 2025, el volumen cayó a 18 164 toneladas, mientras que el valor importado se elevó a USD 365,70 millones.

La evolución indica que Australia compró un menor volumen físico de manteca de cacao, pero a un precio por tonelada casi cuatro veces mayor al de 2021. El crecimiento de la factura de importación no provino de una ampliación de la demanda física, sino principalmente de la valorización internacional de la manteca de cacao y de los cambios en la composición de los proveedores y lotes adquiridos.

El valor unitario promedio de importación pasó de aproximadamente USD 5114 por tonelada en 2021 a USD 20 133 por tonelada en 2025. Este aumento refleja la presión acumulada sobre el mercado mundial del cacao y sus derivados, donde la menor disponibilidad de grano, las enfermedades y eventos climáticos en África Occidental, los costos de molienda, la logística y la mayor incertidumbre de suministro elevaron el precio relativo de los productos semielaborados.

Crecimiento anual compuesto

La divergencia entre el CAGR del valor y el CAGR del volumen es el principal hallazgo del periodo. Australia redujo el volumen importado en 2,6 % anual, pero incrementó el valor de sus compras

en 37,2 % anual. Esto confirma que la partida 1804 estuvo fuertemente afectada por la escalada de precios internacionales, más que por una expansión de la demanda en toneladas.

La trayectoria anual permite distinguir dos etapas. Entre 2021 y 2023, el valor de importación se mantuvo relativamente estable, cerca de USD 100 millones, mientras las cantidades oscilaron entre 20 mil y 24 mil toneladas. Desde 2024 se produjo un cambio marcado: el valor importado se multiplicó por más de dos, y en 2025 aumentó nuevamente, pese a que el volumen cayó de manera importante.

El año 2025 refleja con claridad el efecto precio: Australia importó 5125 toneladas menos que en 2024, una contracción de 22,0 %, pero el valor de sus importaciones aumentó USD 133,90 millones, equivalente a 57,8 %. Este comportamiento es consistente con un entorno internacional de manteca de cacao escasa y costosa, donde los fabricantes y compradores deben pagar más por asegurar suministro, incluso con menores volúmenes físicos.

Principales proveedores

En 2025, las importaciones australianas de manteca de cacao estuvieron extremadamente concentradas. Los cinco principales orígenes fueron Malasia, Indonesia, Singapur, Perú y Bélgica. Estos países concentraron USD 364,42 millones, equivalentes a 99,6 % del valor total importado, y 18,106 toneladas, equivalentes a 99,7 % del volumen total.

La concentración evidencia que Australia depende casi completamente de tres hubs asiáticos — Malasia, Indonesia y Singapur—, complementados por proveedores diferenciados como Perú y Bélgica. Malasia, Indonesia y Singapur concentran infraestructura de molienda, refinación, almacenamiento, comercio internacional y distribución regional de productos de cacao; sus exportaciones pueden incorporar grano originado en África, América Latina o Asia, transformado o comercializado desde estas plataformas.

Malasia, Indonesia y Singapur concentraron, por sí solos, 99,0% del valor de las importaciones australianas de la partida 1804 en 2025. Esto revela una dependencia significativa de la cadena de abastecimiento del Sudeste Asiático, donde se ubican importantes plantas de procesamiento de cacao, instalaciones portuarias y traders internacionales.

Malasia: principal proveedor

Malasia fue el principal proveedor de manteca de cacao para Australia en 2025. Sus envíos alcanzaron USD 167,40 millones y 8315 toneladas, equivalentes a 45,8 % del valor y 45,8 % del volumen total importado por Australia. Entre 2021 y 2025, las importaciones desde Malasia crecieron a un CAGR de 58,9 % en valor y 11,7 % en volumen.

El crecimiento desde Malasia se explica por la capacidad de molienda y procesamiento industrial instalada en ese país. Malasia funciona como un centro regional para el procesamiento de cacao y el suministro de pasta, manteca y polvo a mercados de Asia-Pacífico. Para Australia, las ventajas principales son la proximidad marítima, la frecuencia de rutas logísticas, la disponibilidad de productos estandarizados, la capacidad de atender pedidos industriales de gran escala y la presencia de grandes compañías internacionales de ingredientes.

Además, el aumento de 56,0 % en las toneladas importadas desde Malasia entre 2021 y 2025 sugiere una consolidación de este proveedor como fuente física de manteca para la industria

australiana. La ampliación fue particularmente visible desde 2024, cuando los envíos alcanzaron 8902 toneladas, y se mantuvieron elevados en 2025 con 8315 toneladas.

Indonesia: proveedor relevante, pero menor volumen

Indonesia ocupó el segundo lugar, con USD 119,29 millones y 5859 toneladas en 2025. A pesar de que el valor importado desde este país creció a una tasa anual compuesta de 28,5 %, las toneladas importadas se redujeron 9,0 % anual entre 2021 y 2025.

Indonesia es un país productor y procesador de cacao, con una cadena industrial capaz de exportar derivados hacia mercados cercanos. Para Australia, resulta atractivo por su proximidad, costos logísticos competitivos y disponibilidad de manteca de cacao para aplicaciones de volumen. Sin embargo, la caída física de las importaciones indica que Australia ha reducido parte de su dependencia en toneladas respecto de Indonesia, posiblemente desplazando pedidos hacia Malasia, modificando contratos de suministro o adquiriendo productos de mayor valor unitario.

El valor unitario implícito de las importaciones desde Indonesia se incrementó significativamente. Mientras en 2021 Australia pagó aproximadamente USD 5115 por tonelada, en 2025 el valor promedio fue cercano a USD 20,361 por tonelada. Esta evolución ayuda a explicar por qué el valor creció aun cuando las cantidades disminuyeron.

Singapur: plataforma comercial regional

Singapur fue el tercer proveedor, con exportaciones hacia Australia por USD 75,36 millones y 3830 toneladas en 2025. Entre 2021 y 2025, el valor aumentó a un CAGR de 26,5 %, mientras que las toneladas disminuyeron a una tasa de -9,5 % anual.

Singapur no es un productor agrícola de cacao, sino un hub regional de comercio, financiamiento, almacenamiento, distribución y transformación de ingredientes. La manteca enviada desde Singapur puede proceder de cacao originado en África, América Latina o Asia, pero haber sido comercializada, almacenada, mezclada, refinada o distribuida por empresas con operaciones regionales en ese país.

Su importancia en el abastecimiento australiano responde a la eficiencia portuaria, disponibilidad de inventarios, servicios financieros y comerciales, redes de empresas globales de cacao, capacidad de consolidar carga y conectividad con puertos australianos.

Aunque las toneladas procedentes de Singapur bajaron de 5717 toneladas en 2021 a 3830 toneladas en 2025, el valor de compra aumentó en USD 45,90 millones. La explicación principal es el fuerte incremento del valor por tonelada y la posible adquisición de productos con especificaciones de mayor valor.

Perú: cuarto proveedor y oferta diferenciada

Perú fue el cuarto proveedor de manteca de cacao para Australia en 2025, con importaciones por USD 1,91 millones y 87 toneladas. Representó 0,5 % del valor total y 0,5 % del volumen total, una participación pequeña frente a los grandes proveedores asiáticos, pero relevante dentro del grupo de países latinoamericanos y de origen diferenciado.

Entre 2021 y 2025, el valor importado desde Perú aumentó 55,3 %, equivalente a un CAGR de 11,6 %. Sin embargo, el volumen cayó 47,0 %, desde 164 toneladas en 2021 hasta 87 toneladas en 2025,

con un CAGR de -14,7 %. Este patrón muestra que Australia adquirió menos manteca peruana en términos físicos, pero a un valor mucho mayor por tonelada.

El valor unitario implícito de la manteca peruana pasó de USD 7512 por tonelada en 2021 a USD 21 989 por tonelada en 2025. Dicho valor se ubicó alrededor de 9,2 % por encima del promedio general de Australia para la partida 1804, que alcanzó USD 20 133 por tonelada en 2025. La diferencia sugiere que Perú participa en una franja de precio relativamente alta, posiblemente asociada con manteca de cacao de origen, lotes diferenciados, abastecimiento para productos premium, certificaciones, condiciones de venta particulares o escala reducida de compra.

Sin embargo, los datos aduaneros por sí solos no permiten atribuir el mayor precio exclusivamente a una calidad premium. El valor unitario puede variar por tipo de manteca, especificación de acidez, perfil de ácidos grasos, certificación orgánica, condiciones de entrega, costo de transporte, seguros, tamaño de lote, tipo de envase, fecha de contrato y relación comercial. Por ello, la conclusión correcta es que la manteca peruana tuvo un valor declarado por tonelada superior al promedio australiano, no que todos los envíos correspondan necesariamente a una única categoría de alta gama.

La evolución anual de Perú muestra una caída de volumen continua desde 2021, una recuperación de valor en 2024 y un nuevo incremento del valor en 2025. La disminución de volumen no significa necesariamente pérdida de competitividad. Puede estar asociada con menor disponibilidad de manteca exportable, priorización de otros mercados, cambios de estrategia de compradores australianos, sustitución parcial por proveedores asiáticos de escala, consolidación de compras de pasta o grano en lugar de manteca, o una selección de lotes peruanos de mayor valor por tonelada. No obstante, para evaluar si existe una pérdida efectiva de participación comercial sería necesario complementar el análisis con información de empresas importadoras, especificaciones del producto, contratos, fletes y precios internacionales mensuales.

Bélgica: oferta técnica y especializada

Bélgica ocupó el quinto lugar en 2025, con USD 444 mil y 15 toneladas. Entre 2021 y 2025, el valor aumentó a una tasa CAGR de 11,3%, mientras que el volumen se redujo a -13,7% anual.

El rol de Bélgica no se explica por producción primaria de cacao, sino por su especialización histórica en transformación de cacao, chocolate, ingredientes de alta calidad y distribución hacia mercados internacionales. Las importaciones desde Bélgica pueden corresponder a manteca refinada, lotes con especificaciones técnicas particulares, ingredientes para chocolatería premium, insumos con determinadas certificaciones o productos canalizados por traders europeos.

El valor unitario implícito de Bélgica fue elevado en 2025 —cercano a USD 29 600 por tonelada—, lo que podría reflejar compras de lotes pequeños, productos refinados o especializados, aunque esta cifra debe interpretarse cautelosamente porque el volumen importado fue limitado.

Factores que explican las importaciones

Las importaciones australianas de manteca de cacao responden, primero, a la estructura de su industria manufacturera. Australia produce chocolate, confitería y productos de cacao, pero depende de materias primas e ingredientes importados. La manteca de cacao es indispensable para fabricar chocolate con atributos adecuados de fundido, textura, brillo, estabilidad y sabor.

Segundo, la manteca de cacao es un producto industrialmente más sensible a la escasez de grano que otros derivados. Cuando disminuye la oferta de cacao o aumentan las cotizaciones, el mercado puede enfrentar presiones aún mayores sobre la manteca, ya que su disponibilidad depende del rendimiento de grasa de los granos procesados y de la relación de oferta-demanda entre manteca y polvo de cacao. La escalada de valor observada en Australia entre 2024 y 2025 es coherente con esa dinámica.

Tercero, los proveedores asiáticos dominan por escala, cercanía y eficiencia logística. Malasia, Indonesia y Singapur combinan capacidad de molienda, refinación, almacenamiento y distribución, lo que permite abastecer a Australia con contratos recurrentes y volúmenes relevantes. Además, la proximidad marítima reduce tiempos de tránsito y facilita la gestión de inventarios frente a proveedores de Europa o América Latina.

Cuarto, la industria australiana enfrenta alta competencia de importaciones de chocolate terminado, marcas propias de supermercados y fabricantes internacionales. Esto obliga a las empresas a controlar costos y asegurar la continuidad de insumos.

Quinto, las tendencias de consumo también influyen. La demanda de productos premium, sostenibles, éticamente abastecidos, orgánicos, veganos y de origen identificado impulsa a fabricantes australianos a buscar ingredientes con atributos verificables. En este contexto, la manteca peruana puede tener oportunidades en nichos de alto valor, aun cuando no compita por volumen con Malasia, Indonesia o Singapur.

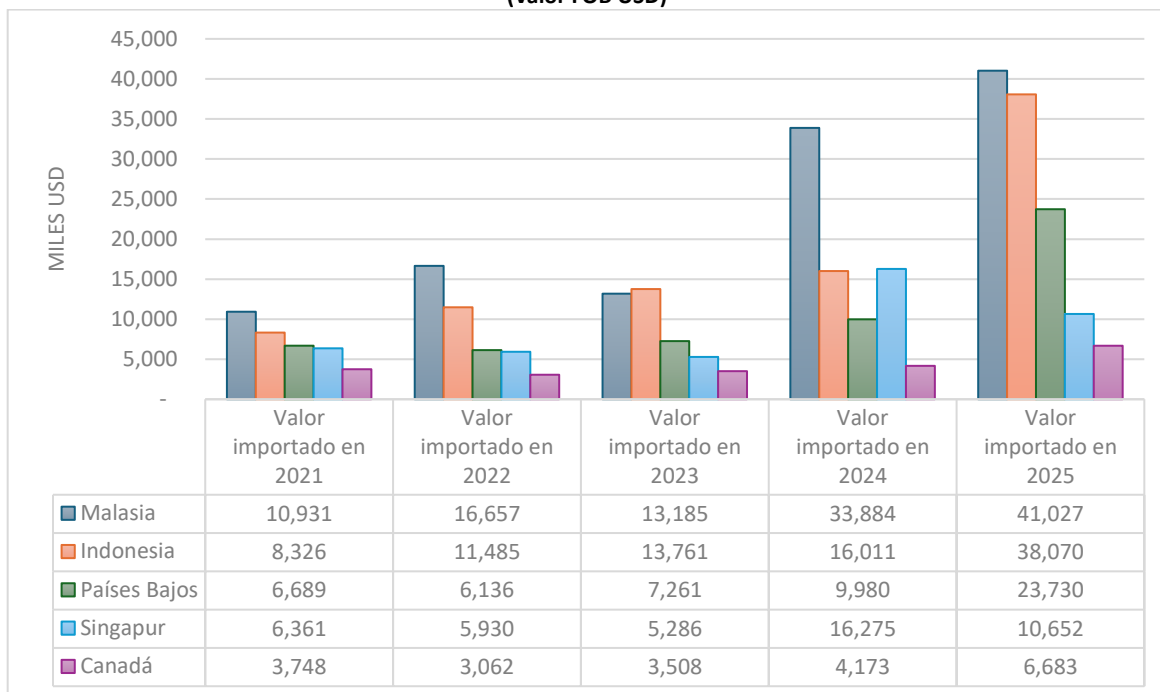
Implicancias para Perú

Australia representa un mercado grande y altamente concentrado para manteca de cacao: en 2025 importó más de USD 365 millones, pero 99 % del valor se originó en Malasia, Indonesia y Singapur. Para Perú, el desafío no es competir directamente en precio ni en volumen contra estos grandes hubs de molienda del Sudeste Asiático, sino consolidar un posicionamiento de valor.

La información comercial muestra que la manteca peruana mantuvo una presencia continua y alcanzó un valor unitario superior al promedio del mercado australiano en 2025. Esto abre oportunidades para productos diferenciados por origen, certificación orgánica, trazabilidad, sostenibilidad, comercio justo, baja huella ambiental, perfil técnico documentado y compatibilidad con formulaciones de chocolate premium, bean-to-bar, cosmética natural o productos veganos.

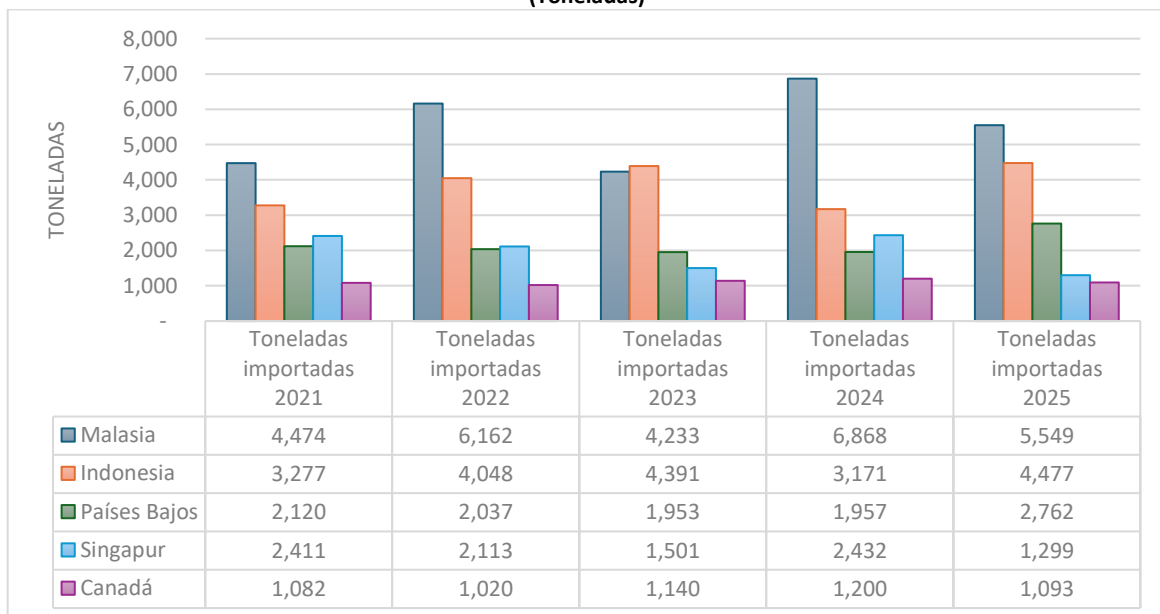
La caída persistente de las toneladas peruanas requiere, sin embargo, una acción comercial específica. Será importante identificar a los importadores actuales, conocer sus necesidades técnicas y evitar que el mercado evolucione únicamente hacia lotes pequeños de alto costo. La oferta peruana puede fortalecer su competitividad mediante contratos de suministro de mediano plazo, escalas de envío más eficientes, presentación adecuada para uso industrial, certificados de análisis por lote, garantía de composición y calidad de la manteca, documentación de trazabilidad y una comunicación comercial centrada en la procedencia amazónica, sostenibilidad y diferenciación sensorial del cacao peruano.

**FIGURA 09: IMPORTACIONES P.A 18.05 CACAO EN POLVO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor FOB USD)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 10: IMPORTACIONES P.A 18.05 CACAO EN POLVO DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Toneladas)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

La partida HS 1805 comprende cacao en polvo sin adición de azúcar ni otros edulcorantes, un ingrediente utilizado por la industria australiana de chocolate, bebidas instantáneas, panificación,

galletería, helados, postres, cereales, suplementos y alimentos funcionales. A diferencia del cacao en grano, el polvo es un producto semielaborado que llega listo para ser incorporado a formulaciones industriales o vendido en formatos de consumo.

Australia depende del abastecimiento internacional de cacao y sus derivados porque no dispone de una producción primaria de cacao de escala suficiente para atender las necesidades de su industria. El crecimiento de las importaciones de cacao en polvo confirma que los fabricantes locales están recurriendo a ingredientes procesados provenientes de hubs de molienda de Asia, Europa y América Latina, en lugar de procesar localmente todo el cacao desde grano.

En 2021, Australia importó 15 131 toneladas de cacao en polvo por un valor de USD 42,95 millones. Para 2025, el volumen aumentó a 17 162 toneladas, mientras que el valor importado alcanzó USD 135,90 millones. Esto significa que el mercado creció moderadamente en toneladas, pero registró una expansión muy pronunciada en valor.

La diferencia entre valor y volumen es el aspecto central del análisis. Australia importó solamente 2031 toneladas adicionales entre 2021 y 2025, pero el valor de las compras aumentó en USD 92,95 millones. Por ello, el crecimiento de las importaciones estuvo explicado principalmente por el fuerte aumento del valor por tonelada, y no por una expansión proporcional de las cantidades físicas.

El valor unitario promedio pasó de USD 2839 por tonelada en 2021 a USD 7919 por tonelada en 2025. Esta evolución refleja el encarecimiento internacional del cacao y sus derivados, los mayores costos de procesamiento, la presión sobre inventarios y la transmisión de costos logísticos y financieros a los compradores industriales.

Crecimiento anual compuesto

El CAGR de valor, de 33,4 % anual, es más de diez veces mayor que el crecimiento físico de 3,2 % anual. La lectura es clara: Australia no incrementó significativamente su consumo de cacao en polvo en términos de toneladas, pero tuvo que destinar montos muy superiores para abastecer el mercado. Esta diferencia es consistente con una coyuntura de precios elevados en la cadena global de cacao.

La evolución anual evidencia una fase de relativa estabilidad entre 2021 y 2023, seguida por una aceleración de valor en 2024 y 2025.

El comportamiento de 2025 es especialmente ilustrativo. Las importaciones físicas aumentaron apenas 1,5 %, de 16 904 a 17 162 toneladas; sin embargo, el valor importado se incrementó 56,2 %, desde USD 87,02 millones a USD 135,90 millones. Esto confirma que el alza de precios fue el determinante principal del crecimiento de la factura importadora en el último año.

Principales proveedores

En 2025, los cinco principales proveedores de cacao en polvo para Australia fueron Malasia, Indonesia, Países Bajos, Singapur y Canadá. En conjunto, concentraron USD 120,16 millones, equivalente a 88,4 % del valor total importado, y 15 180 toneladas, equivalente a 88,5 % del volumen total.

La concentración en estos mercados refleja la estructura global de procesamiento de cacao. Malasia, Indonesia y Singapur son plataformas asiáticas de molienda, almacenamiento, comercio y distribución. Países Bajos es un centro europeo de comercio y transformación de cacao. Canadá, por su parte, funciona como proveedor de ingredientes procesados e integrador de cadenas alimentarias de América del Norte.

Los tres primeros proveedores —Malasia, Indonesia y Países Bajos— concentraron 75,7 % del valor y 74,5 % del volumen de las importaciones australianas en 2025. Por ello, la disponibilidad de cacao en polvo en Australia depende, principalmente, de las operaciones de molienda y comercio de estos tres países.

Malasia: principal proveedor

Malasia fue el principal proveedor de cacao en polvo de Australia en 2025, con 5549 toneladas valorizadas en USD 41,02 millones. Estas cifras representaron 30,2 % del valor total y 32,3 % del volumen importado. Entre 2021 y 2025, las compras desde Malasia aumentaron a una tasa CAGR de 39,2 % en valor y 5,5 % en toneladas.

Malasia ocupa esta posición por su capacidad instalada de procesamiento de cacao y su integración a las cadenas de suministro del Sudeste Asiático. Aunque no es uno de los mayores productores mundiales de cacao en grano, concentra plantas de molienda que procesan grano proveniente de África, América Latina y Asia. Estas plantas producen pasta, manteca y polvo de cacao para mercados industriales regionales e internacionales.

Para Australia, las ventajas de abastecerse desde Malasia incluyen proximidad marítima, disponibilidad de producto estandarizado, costos logísticos relativamente competitivos, frecuencia de rutas comerciales y capacidad de atender contratos recurrentes para grandes fabricantes. El incremento de valor por tonelada desde Malasia, que pasó aproximadamente de USD 2443/t en 2021 a USD 7393/t en 2025, explica buena parte del crecimiento de la factura importadora desde ese origen.

Indonesia: segundo proveedor

Indonesia fue el segundo origen, con 4477 toneladas y USD 38,07 millones en 2025. Entre 2021 y 2025, sus ventas hacia Australia crecieron a una tasa anual compuesta de 46,2 % en valor y 8,1 % en volumen.

Indonesia combina producción primaria de cacao con capacidad de transformación industrial. Esto le permite exportar cacao en polvo y otros derivados con una base de suministro relativamente cercana al mercado australiano. Su proximidad geográfica, menor tiempo de tránsito, capacidad de molienda, costos de procesamiento y redes comerciales regionales explican su competitividad.

El volumen adquirido desde Indonesia aumentó 36,6 % entre 2021 y 2025, mientras el valor se multiplicó por más de cuatro. Esto confirma que el aumento de precios internacionales y de costos de derivados tuvo un efecto importante, incluso en proveedores de proximidad y escala industrial. En 2025, el valor unitario implícito de las importaciones desde Indonesia llegó a cerca de USD 8503/t, superior al promedio australiano de USD 7919/t.

Países Bajos: plataforma europea

Países Bajos fue el tercer proveedor, con 2.762 toneladas y USD 23,730 millones en 2025. Entre 2021 y 2025, el valor importado creció a una tasa CAGR de 37,2 %, mientras el volumen avanzó a 6,8 % anual.

Este país no produce cacao en grano, pero representa uno de los mayores centros globales de almacenamiento, comercialización, molienda, refinación y redistribución de cacao y derivados. Las importaciones australianas procedentes de Países Bajos pueden haber sido producidas con cacao originado en África, América Latina o Asia, y luego procesadas o comercializadas desde Europa.

Australia puede comprar desde este origen por acceso a marcas e ingredientes europeos, certificaciones, especificaciones técnicas particulares, disponibilidad de inventarios, contratos con traders globales, consolidación de carga y alternativas de abastecimiento frente a la concentración asiática. El incremento de volumen desde Países Bajos indica que no se trata únicamente de compras de nicho de alto precio: el origen también participa como un proveedor industrial relevante.

Singapur: hub logístico regional

Singapur ocupó el cuarto lugar, con USD 10,65 millones y 1299 toneladas en 2025. Su comportamiento fue distinto al de los tres líderes: el valor creció a un CAGR de 13,8 %, pero el volumen se redujo a una tasa de -14,3 % anual entre 2021 y 2025.

Singapur no produce cacao, pero funciona como plataforma de comercio, logística, financiamiento, almacenamiento y distribución para Asia-Pacífico. Los productos exportados desde Singapur pueden derivarse de cacao procesado en distintos países y ser comercializados a través de empresas globales con operaciones regionales.

La reducción de toneladas, acompañada por aumento de valor, puede reflejar una reorientación de Australia hacia compras de productos de mayor valor unitario, lotes especializados, necesidades de suministro inmediato o contratos vinculados a empresas con presencia regional. También puede indicar que una parte de la demanda previamente canalizada por Singapur se está desplazando hacia Malasia e Indonesia, donde se incrementaron las importaciones físicas de cacao en polvo.

Canadá: proveedor estable de ingredientes

Canadá fue el quinto proveedor, con USD 6683 millones y 1093 toneladas en 2025. El valor de las compras creció a un CAGR de 15,6 % entre 2021 y 2025, mientras el volumen se mantuvo prácticamente estable, con un CAGR de 0,3 %.

Canadá puede abastecer a Australia con ingredientes procesados, productos con especificaciones técnicas, mezclas industriales, marcas de consumo y líneas destinadas a panificación, bebidas o confitería. Su participación muestra que el mercado australiano no se abastece exclusivamente desde Asia y Europa, sino que mantiene fuentes complementarias desde América del Norte para diversificar riesgos, asegurar disponibilidad y cubrir nichos de calidad o formulación.

El volumen estable y el aumento de valor sugieren que la evolución de las importaciones desde Canadá estuvo impulsada, principalmente, por el incremento de precios por tonelada y no por mayores cantidades.

Perú: sexto proveedor y crecimiento acelerado

Perú fue el sexto proveedor de cacao en polvo para Australia en 2025. Australia importó desde Perú 608 toneladas, valorizadas en USD 5,02 millones. El país representó 3,7 % del valor total importado y 3,5 % del volumen total.

Entre 2021 y 2025, las importaciones de cacao en polvo peruano crecieron de USD 1,18 millones a USD 5,02 millones, y de 296 a 608 toneladas. Esto equivale a un crecimiento acumulado de 322,5 % en valor y 105,4 % en volumen.

El desempeño de Perú fue especialmente favorable. El CAGR de 43,4 % en valor fue mayor que el crecimiento promedio de las importaciones australianas de cacao en polvo, de 33,4 % anual. Asimismo, el volumen peruano creció a una tasa anual de 19,7 %, muy superior al promedio del mercado, de 3,2 %. Esto indica una ganancia relativa de presencia comercial del cacao en polvo peruano en Australia.

El crecimiento fue particularmente intenso entre 2024 y 2025: el valor importado desde Perú aumentó de USD 2,13 millones a USD 5,02 millones, equivalente a 135,8 %, mientras las cantidades crecieron de 360 a 608 toneladas, un aumento de 68,9 %.

El valor unitario implícito de las importaciones desde Perú aumentó de USD 4017/t a USD 8263/t, ubicándose 4,3 % por encima del promedio total australiano de USD 7919/t en 2025. Esto sugiere que la oferta peruana se encuentra posicionada en un segmento de valor relativamente superior al promedio general del mercado.

Sin embargo, el precio unitario no debe interpretarse por sí solo como evidencia definitiva de calidad superior. Puede estar determinado por múltiples factores: contenido de grasa, cacao natural o alcalinizado, tamaño de lote, envases, certificación orgánica, comercio justo, perfiles de sabor, condiciones Incoterms, flete, costos financieros, servicios adicionales y destino industrial. La conclusión verificable es que Australia pagó un valor promedio por tonelada ligeramente mayor por el polvo procedente de Perú que por el conjunto de la partida.

Factores que explican el mercado

La evolución de las importaciones australianas de cacao en polvo se explica, primero, por la estructura de la industria local. Australia fabrica chocolate, productos de cacao y confitería, pero depende de la importación de cacao y derivados para abastecer sus líneas de producción.

Segundo, las empresas australianas requieren cacao en polvo para múltiples usos. El polvo puede utilizarse en bebidas, chocolate para beber, panificación, galletas, helados, postres, productos lácteos, cereales, mezclas instantáneas y suplementos. Ello hace que la demanda no dependa exclusivamente de las ventas de barras de chocolate, sino de una diversidad de industrias alimentarias.

Tercero, la industria ha enfrentado una elevada volatilidad de precios. El reporte de IBISWorld indica que las variaciones de costo del cacao, azúcar, leche, aceites, saborizantes y otros insumos

afectan directamente la rentabilidad de los fabricantes. El aumento de los costos de cacao desde 2023 explica por qué el valor de las importaciones creció mucho más rápido que las toneladas.

Cuarto, la concentración en Malasia, Indonesia, Países Bajos y Singapur responde a la geografía mundial de la molienda. Estos países reúnen infraestructura de procesamiento, acceso a grano de diversos orígenes, puertos, operadores internacionales, capacidad de almacenamiento y economías de escala. Para Australia, estos hubs reducen complejidad logística y permiten adquirir ingredientes estandarizados para uso industrial.

Quinto, la tendencia hacia productos premium, saludables y sostenibles también estimula la demanda de polvos diferenciados. IBISWorld identifica crecimiento en productos de chocolate oscuro, orgánicos, veganos, sin gluten, bajos en azúcar y con atributos éticos o sostenibles. Aunque el cacao en polvo sin azúcar se utiliza también en líneas convencionales, estas tendencias favorecen formulaciones con mayor contenido de cacao, ingredientes naturales y productos funcionales.

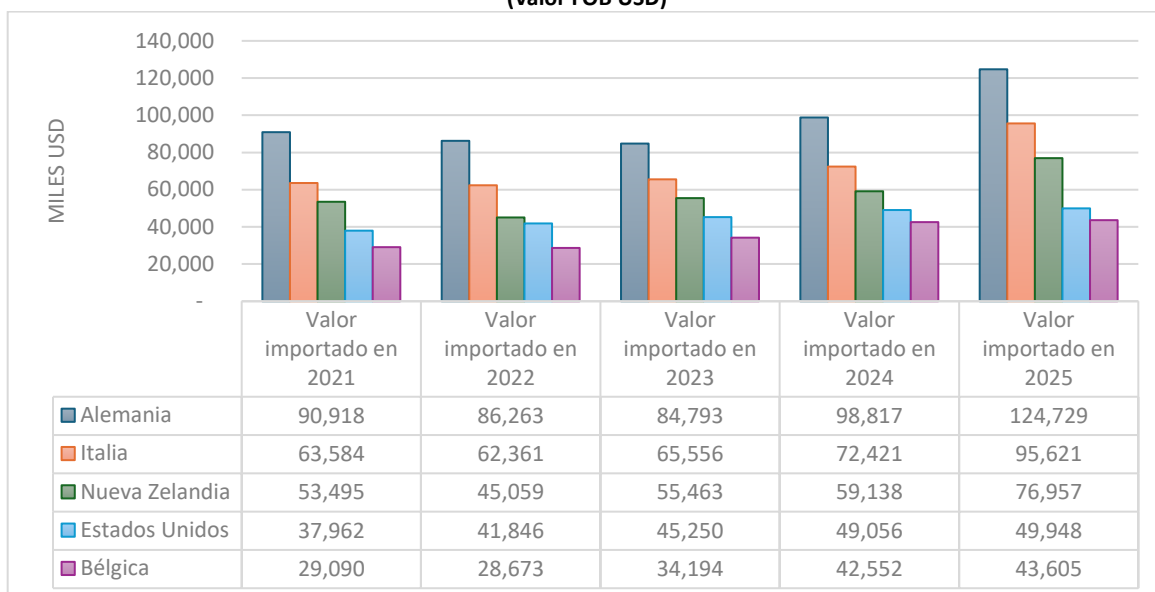
Implicancias para Perú

Australia representa un mercado relevante para cacao en polvo: en 2025 importó USD 135,90 millones y más de 17 mil toneladas. El mercado está dominado por proveedores de gran escala y hubs de procesamiento, por lo que Perú no debería enfocar su estrategia exclusivamente en competir por precio con Malasia, Indonesia o Países Bajos.

La evolución de Perú demuestra una oportunidad concreta. El país aumentó sus exportaciones de polvo hacia Australia a una tasa superior al promedio total del mercado, tanto en valor como en volumen. El reto siguiente consiste en consolidar esa expansión con una oferta técnica y comercial robusta: especificaciones de contenido de grasa, granulometría, humedad, pH, natural o alcalinizado, color, microbiología, metales pesados, especialmente cadmio, certificados de análisis por lote, trazabilidad y continuidad de abastecimiento.

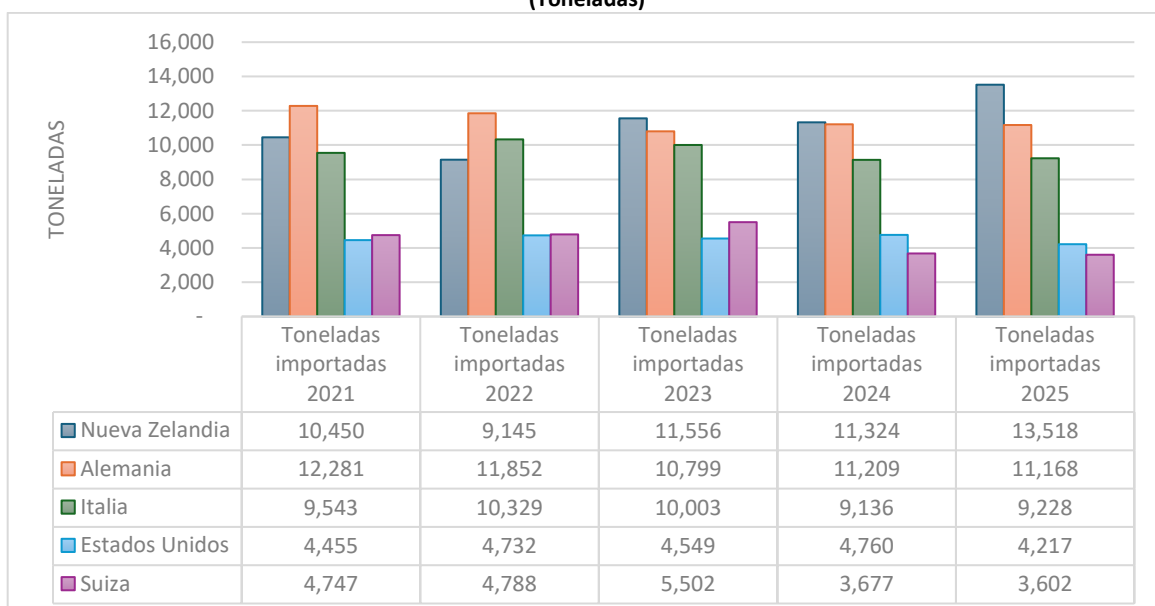
La oferta peruana puede dirigirse a fabricantes australianos de chocolate premium, bebidas de cacao, helados, panificación, suplementos, alimentos funcionales y productos veganos. La diferenciación debe apoyarse en atributos verificables: cacao fino de aroma cuando corresponda, origen territorial, certificación orgánica, sostenibilidad, comercio justo, trazabilidad y consistencia industrial. En un mercado con precios crecientes y alta concentración de proveedores, la combinación de calidad técnica, capacidad de suministro y una narrativa de origen puede permitir que Perú consolide una participación mayor en el segmento de cacao en polvo australiano.

**FIGURA 11: IMPORTACIONES P.A 18.06 CHOCOLATE Y PREPARACIONES DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Valor FOB USD)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

**FIGURA 12: IMPORTACIONES P.A 18.06 CHOCOLATE Y PREPARACIONES DEL MUNDO,
2021 - 2025
(Toneladas)**



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

La partida HS 1806 comprende chocolate y demás preparaciones alimenticias que contienen cacao. Incluye, entre otros productos, tabletas, barras, bombones, chocolates rellenos,

coberturas, confitería con cacao, preparados para bebidas, chips, productos industriales de chocolate y otras presentaciones listas para consumo o para uso como insumo alimentario.

A diferencia de las partidas de materia prima y semielaborados —grano, pasta, manteca o polvo de cacao—, la partida 1806 representa principalmente productos finales o preparados de mayor transformación y valor agregado. Las importaciones australianas de esta categoría complementan la producción local de compañías como Mondelez, Mars Wrigley, Nestlé y Ferrero, y atienden la demanda por chocolates premium europeos, marcas internacionales, especialidades regionales, productos étnicos, novedades de confitería y segmentos gourmet.

En 2021, Australia importó 78 995 toneladas de chocolate y preparaciones con cacao por USD 468,90 millones. En 2025, el volumen se redujo a 69 473 toneladas, mientras que el valor importado ascendió a USD 616,76 millones. Esto muestra una caída física de 12,1 %, pero un incremento del valor de 31,5 %.

El comportamiento evidencia una revalorización del mix importado. Australia compró cerca de 9522 toneladas menos en 2025 que en 2021, pero pagó USD 147,86 millones adicionales. Por tanto, el crecimiento no provino de una expansión del consumo físico de productos importados, sino de un aumento del precio promedio por tonelada y de una composición de importaciones con mayor peso relativo de chocolates premium, productos diferenciados, marcas internacionales y preparados de mayor valor agregado.

El valor unitario implícito pasó de USD 5936 por tonelada en 2021 a USD 8878 por tonelada en 2025. El aumento se asocia con el encarecimiento de cacao, azúcar, lácteos, energía, empaque y transporte, así como con la mayor demanda de productos premium y especializados.

Crecimiento anual compuesto

El contraste entre el CAGR de valor y el CAGR de volumen indica que el mercado importador evolucionó hacia una menor cantidad física, pero de mayor valor económico. Este patrón se alinea con una industria en la que los costos de materias primas aumentaron y los consumidores privilegian productos diferenciados, premium y de mayor calidad percibida. La evolución anual permite observar que el volumen descendió de manera casi continua entre 2021 y 2024, con una estabilización en 2025. En cambio, el valor de importación creció desde 2023 y alcanzó su máximo en 2025.

En 2025, las toneladas importadas crecieron apenas 0,7 %, mientras que el valor aumentó 19,7 %. Este resultado confirma que el precio y la composición del portafolio importado tuvieron mayor incidencia que el aumento del volumen físico. La tendencia es consistente con la presión de costos sobre la cadena de cacao y con una preferencia más marcada por chocolates de mayor calidad, marcas premium y productos de especialidad.

Principales proveedores

Los cinco principales proveedores de Australia en 2025 fueron Alemania, Italia, Nueva Zelanda, Estados Unidos y Bélgica. En conjunto, representaron USD 390,86 millones, equivalentes a 63,4 % del valor total importado, y 47 159 toneladas, equivalentes a 67,9 % del volumen total.

A diferencia de las importaciones de ingredientes de cacao —más concentradas en hubs asiáticos de molienda—, la importación de productos terminados bajo la partida 1806 se concentra en

países con fuerte tradición de chocolatería, marcas consolidadas, capacidad industrial, reconocimiento de origen y acceso preferencial o logísticamente favorable al mercado australiano.

El desempeño peruano presenta una característica particular: las importaciones se dispararon en 2023 y 2024, antes de moderarse en 2025. En 2023, Australia importó USD 7,55 millones y 591 toneladas desde Perú; en 2024, USD 8,35 millones y 572 toneladas. En 2025, el valor disminuyó a USD 2,95 millones y el volumen a 173 toneladas.

En consecuencia, el CAGR positivo debe interpretarse con cautela. Matemáticamente, refleja que el nivel de 2025 continúa muy por encima de 2021. Sin embargo, no describe una trayectoria lineal ni un crecimiento sostenido año tras año. La serie muestra un aumento extraordinario en 2023-2024 y una contracción importante en 2025.

Entre 2024 y 2025, el valor importado desde Perú cayó 64,6 % y el volumen disminuyó 69,8 %. A pesar de ello, el valor unitario implícito aumentó de USD 14 610/t a USD 17 087/t. Esto indica que la caída de volumen fue más pronunciada que la caída del valor, por lo que el producto peruano importado en 2025 registró un mayor valor promedio por tonelada.

Este comportamiento puede estar asociado a múltiples factores: reducción de embarques de productos de consumo masivo, reemplazo por lotes más pequeños y premium, cambios de importador, finalización o ajuste de contratos específicos, menor disponibilidad exportable, variaciones en costos de flete, cambio de presentación comercial, reposición de inventarios luego de importaciones elevadas en 2023-2024 o una mayor concentración en chocolates de alto valor. Los datos agregados por partida y país no permiten identificar cuál de estas hipótesis explica exactamente la caída; para ello se requeriría información a nivel de empresa, subpartida, producto, importador, marca y operación comercial.

El valor unitario peruano de USD 17 087/t en 2025 fue 92,5 % superior al promedio general australiano para la partida 1806, de USD 8878/t. Este diferencial es consistente con una oferta orientada a chocolates de alta gama, productos de origen, líneas orgánicas, presentaciones artesanales, comercio justo, regalos premium o formatos de pequeño volumen. Sin embargo, esta interpretación debe considerarse referencial: el valor unitario no demuestra por sí mismo la calidad, ya que también incorpora efectos de presentación, empaque, flete, tamaño de lote, condiciones comerciales y composición específica del producto.

Factores explicativos

El comportamiento de las importaciones australianas de la partida 1806 responde, en primer lugar, a la coexistencia de una industria local importante y una demanda sostenida por productos importados. Australia cuenta con manufactura nacional de chocolate y confitería, pero importa productos finales para complementar el portafolio de marcas, formatos, sabores, tecnologías, especialidades regionales y categorías premium.

Segundo, los productos europeos mantienen una posición dominante por reputación, calidad y diferenciación. Alemania, Italia, Bélgica, Suiza, Francia, Países Bajos y Polonia suministraron conjuntamente una parte importante del mercado en 2025. Estas importaciones cubren desde chocolates masivos de marca hasta productos premium, bombonería, barras especiales, rellenos, cremas y productos estacionales.

Tercero, la tendencia hacia la premiumización impulsa el valor de las importaciones. Reportes sectoriales indican que los consumidores australianos muestran mayor interés por chocolates gourmet, oscuros, artesanales, sostenibles, orgánicos y elaborados con abastecimiento ético. El aumento de los ingresos disponibles favorece parte de este consumo, aunque el costo de vida puede llevar a algunos compradores a preferir marcas tradicionales y opciones de menor precio.

Cuarto, el incremento de precios de cacao y otros insumos elevó el valor de los productos importados. Se identifica al cacao, azúcar, leche, aceites y saborizantes como insumos determinantes de los costos de producción. Las variaciones en sus precios se trasladan a los precios de venta y afectan la demanda, la rentabilidad y el comercio internacional.

Quinto, Nueva Zelandia muestra un patrón distinto al europeo: crece simultáneamente en valor y volumen gracias a la cercanía, la integración regulatoria y comercial, la logística regional y la eliminación de aranceles y restricciones cuantitativas bajo ANZCERTA para bienes que cumplen reglas de origen. Esto permite que funcione como proveedor de volumen, mientras los países europeos se orientan relativamente más a productos de mayor valor unitario.

Sexto, la competencia de productos importados limita la expansión de la manufactura local. Las importaciones, especialmente de países con costos competitivos como China, Singapur e Indonesia, así como de productores europeos de chocolate premium, presionan a las empresas australianas a innovar, automatizar, diferenciar sus productos y fortalecer el posicionamiento de marca.

Implicancias para Perú

El mercado australiano de chocolate y preparaciones con cacao es grande: importó USD 616,76 millones y 69 473 toneladas en 2025. Sin embargo, está dominado por marcas europeas, proveedores regionales y empresas con redes consolidadas de distribución. Para Perú, el espacio más viable no se encuentra en competir contra Alemania, Italia o Nueva Zelandia por volumen y escala, sino en construir una propuesta de alto valor.

Los datos muestran que Perú mantiene un valor unitario considerablemente superior al promedio del mercado australiano. Esto abre posibilidades para chocolates de origen peruano, barras bean-to-bar, chocolates oscuros de alto porcentaje de cacao, productos orgánicos, veganos, de comercio justo, líneas con cacao fino de aroma, presentaciones para regalos, productos gourmet y preparaciones vinculadas a ingredientes andino-amazónicos como café, quinua, maca, aguaymanto, sal de Maras, frutos amazónicos o frutos secos.

La contracción de los envíos en 2025 requiere seguimiento específico. Para consolidar una presencia sostenible, los exportadores peruanos deberían identificar los productos y compradores que explicaron el salto de 2023-2024, evaluar si dicho aumento correspondió a pedidos excepcionales o contratos recurrentes y reforzar el relacionamiento con distribuidores, tiendas gourmet, supermercados premium, cadenas de regalos corporativos, comercio electrónico y chocolateros especializados.

La estrategia comercial debe sustentarse en atributos demostrables: perfil sensorial, porcentaje de cacao, origen del grano, trazabilidad, certificaciones, inocuidad, control de cadmio, diseño de empaque, capacidad de entrega y adecuación a las normas australianas de etiquetado. En un mercado altamente competitivo y orientado hacia el valor, la calidad técnica y comercial debe

acompañar la narrativa de origen peruano para transformar la presencia puntual de productos peruanos en una demanda estable y recurrente.

3. Análisis de la demanda

La demanda australiana de cacao y derivados se estructura en dos niveles complementarios. El primero corresponde a la demanda industrial, integrada por fabricantes de chocolate, confitería, bebidas, panificación, helados, cereales, suplementos, alimentos funcionales y food service, que adquieren cacao en grano, pasta, manteca y polvo como insumos. El segundo corresponde a la demanda final, es decir, hogares y consumidores que compran chocolates, bombones, barras, confitería, coberturas, cacao para beber y otros productos preparados.

La industria local mantiene una base manufacturera relevante, pero depende de importaciones de insumos de cacao y de productos terminados. A la vez, el consumidor australiano muestra una doble conducta: continúa demandando chocolate y confitería como productos de indulgencia, regalo y consumo ocasional, pero exige cada vez más opciones premium, de origen, saludables, sostenibles y compatibles con estilos de vida veganos, bajos en azúcar o libres de ciertos alérgenos.

Perfil del consumidor

Demanda industrial

El comprador industrial australiano no es homogéneo. Comprende, en primer lugar, a las grandes empresas de chocolate y confitería, como Mondelez Australia, Mars Wrigley, Nestlé y Ferrero, que requieren insumos estandarizados, grandes volúmenes, continuidad de abastecimiento, estabilidad de precios, trazabilidad y cumplimiento de especificaciones técnicas. Estas empresas elaboran barras, tabletas, bombones, chocolates rellenos, confitería, chicles, coberturas y otros productos de consumo masivo.

En segundo lugar, se encuentran fabricantes medianos y pequeños de chocolate premium, bean-to-bar, confitería artesanal, repostería, heladería, bebidas, mezclas para panificación, suplementos y alimentos funcionales. Este segmento compra cantidades menores, pero valora atributos que pueden ser determinantes para proveedores peruanos: cacao fino de aroma, perfil sensorial definido, origen territorial, certificación orgánica, comercio justo, trazabilidad, baja incidencia de defectos, control de cadmio, sostenibilidad y narrativa de biodiversidad.

En tercer lugar, intervienen distribuidores e importadores de ingredientes alimentarios. Estos actores abastecen a fabricantes de alimentos, panaderías, restaurantes, cafeterías, hoteles, industrias lácteas, empresas de helados y marcas de alimentos saludables. Sus decisiones se basan en parámetros técnicos: contenido de grasa, humedad, granulometría, pH, viscosidad, color, capacidad antioxidante, microbiología, estabilidad del producto, formato de empaque, vida útil, precio CIF, frecuencia de embarque y servicio postventa.

Finalmente, los grandes supermercados y minoristas influyen indirectamente sobre la demanda industrial. Al concentrar una parte importante de las ventas de chocolate y confitería, presionan a fabricantes y proveedores para mantener precios competitivos, innovar en formatos, responder a tendencias de salud y garantizar disponibilidad continua.

Consumidor final

El consumidor final australiano de chocolate y confitería es predominantemente urbano, con poder adquisitivo medio y medio-alto, acceso a supermercados modernos, tiendas especializadas, comercio electrónico, cadenas de conveniencia y canales de food service. El mercado combina un

consumo masivo de marcas conocidas con un segmento dinámico que busca chocolates premium, importados, artesanales, orgánicos, de alto contenido de cacao o con atributos éticos.

La población australiana alcanzó 27,92 millones de personas al 31 de marzo de 2026. Los principales mercados potenciales se concentran en Nueva Gales del Sur, Victoria, Queensland y Australia Occidental. Nueva Gales del Sur reúne 8,67 millones de habitantes, Victoria 7,15 millones, Queensland 5,74 millones y Australia Occidental 3,10 millones; estos cuatro estados concentran aproximadamente 88,4% de la población nacional y, por tanto, constituyen las áreas prioritarias para la distribución y promoción de productos de cacao y chocolate.

Tabla 10: Población por territorios de Australia

Estado o territorio	Población a marzo de 2026	Participación aproximada del total nacional	Relevancia comercial
Nueva Gales del Sur	8,67 millones	31,1 %	Principal mercado de consumo; concentración en Sídney, supermercados, importadores y fabricantes
Victoria	7,15 millones	25,6 %	Mercado de Melbourne; alta presencia de manufactura, chocolatería artesanal y consumo gourmet
Queensland	5,74 millones	20,6 %	Mercado en expansión; turismo, mayor población en Brisbane y narrativa de productos locales o sostenibles
Australia Occidental	3,10 millones	11,1 %	Mercado concentrado en Perth; relevante para productos importados y premium
Australia Meridional	1,92 millones	6,9 %	Mercado menor, pero con oportunidades en alimentos gourmet y specialty retail
Tasmania	0,58 millones	2,1 %	Nichos de alimentos artesanales, premium y turismo gastronómico
ACT y Territorio del Norte	0,76 millones	2,7 %	Mercados pequeños, principalmente urbanos y de nicho

Fuente: Australian Bureau of Statistics. Estimaciones

Desde una perspectiva geográfica, Sídney y Melbourne son los dos grandes centros de consumo, distribución, importación, gastronomía y desarrollo de productos premium. Brisbane y Perth constituyen mercados relevantes por el crecimiento poblacional, la presencia de consumidores de mayor poder adquisitivo en determinadas zonas urbanas y el dinamismo de tiendas especializadas. La población australiana también se ha incrementado por migración internacional, lo que amplía la diversidad de preferencias y favorece la demanda por chocolates europeos, asiáticos, latinoamericanos, veganos, halal, kosher y productos étnicos o de origen específico. La migración neta internacional fue el principal componente del crecimiento poblacional en todos los estados y territorios durante el año terminado en marzo de 2026.

En términos demográficos, pueden distinguirse cuatro perfiles de consumo:

- **Hogares y consumidores masivos:** adquieren chocolates, barras, tabletas, golosinas y chocolates para beber en supermercados, tiendas de conveniencia y estaciones de servicio. Priorizan precio, reconocimiento de marca, promociones, familiaridad, disponibilidad y formato.
- **Consumidores premium y gourmet:** compran chocolates oscuros, barras de origen, bombonería, productos importados de Europa, líneas artesanales y artículos para regalo. Valoran el porcentaje de cacao, procedencia del grano, perfil sensorial, diseño, sostenibilidad y diferenciación.
- **Consumidores orientados a salud y bienestar:** buscan productos bajos o sin azúcar, con mayor contenido de cacao, porciones controladas, ingredientes naturales, productos veganos, libres de gluten y alternativas con frutos secos, semillas o ingredientes funcionales.
- **Consumidores éticos y sostenibles:** prestan atención al abastecimiento responsable, comercio justo, certificaciones, trazabilidad, condiciones de los productores, empaques reciclables y menor impacto ambiental.

El consumidor australiano no debe considerarse exclusivamente como un comprador de chocolate oscuro o premium. La base masiva sigue siendo relevante y está dominada por productos tradicionales, chocolates con leche, barras rellenas, confitería y formatos de impulso. No obstante, el crecimiento de los segmentos premium y saludables genera oportunidades para productos peruanos diferenciados, especialmente cuando combinan alto contenido de cacao, calidad sensorial, origen identificable y atributos verificables de sostenibilidad.

Demanda aparente y consumo per cápita

Demanda industrial de insumos

La demanda industrial aparente de cacao y derivados no puede determinarse mediante una única partida arancelaria, porque los fabricantes australianos utilizan simultáneamente cacao en grano, pasta de cacao, manteca de cacao, cacao en polvo y productos preparados. Además, una parte de los ingredientes se incorpora a productos finales que luego se comercializan localmente o se exportan.

Por ello, para efectos del informe, la demanda industrial debe analizarse como un conjunto de importaciones de las partidas 1801, 1803, 1804 y 1805, complementadas por la producción nacional de chocolate y confitería. La partida 1806 debe considerarse principalmente como importación de productos terminados y preparados, no como insumo primario, aunque algunas subpartidas pueden tener uso industrial.

Como visto anteriormente, en 2025, Australia importó:

Tabla 11: Resumen de partidas y valor importado por partidas de cacao y derivados

Partida	Producto	Volumen importado 2025	Valor importado 2025	Función principal
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	463 t	USD 4,80 millones	Materia prima para tostado, molienda y nichos de cacao de origen
1803	Pasta de cacao, incluso desgrasada	53 031 t	USD 262,04 millones	Base para fabricación de chocolate, coberturas y rellenos
1804	Manteca, grasa y aceite de cacao	18 164 t	USD 365,70 millones	Textura, fundido, brillo y estabilidad de chocolate; uso alimentario y cosmético
1805	Cacao en polvo sin azúcar	17 162 t	USD 135,90 millones	Bebidas, panificación, galletas, helados, postres y alimentos funcionales
1806	Chocolate y demás preparaciones con cacao	69 473 t	USD 616,76 millones	Productos finales, chocolates importados, confitería y preparados

Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERÚ

Considerando solamente las partidas industriales 1801, 1803, 1804 y 1805, Australia importó en 2025 alrededor de 88 820 toneladas de insumos de cacao, por un valor total aproximado de USD 768,46 millones. Esta cifra no representa consumo físico directo, porque los productos tienen diferentes niveles de procesamiento y no pueden agregarse como equivalentes de grano sin aplicar factores de conversión. Sin embargo, permite dimensionar la magnitud del abastecimiento externo de ingredientes para la industria local.

El principal componente industrial es la pasta de cacao, con 53 031 toneladas importadas en 2025. Esto indica que una parte significativa de la manufactura australiana se abastece de semielaborados ya procesados, en lugar de realizar internamente todas las etapas de tostado, descascarillado y molienda de grano. La manteca de cacao representa el mayor componente en valor, debido a la fuerte escalada de precios internacionales, mientras que el cacao en polvo atiende múltiples aplicaciones alimentarias.

La estructura confirma una oportunidad para Perú no solo como proveedor de grano, sino como exportador de pasta, manteca y polvo de cacao. En particular, la pasta peruana aumentó de 71

toneladas en 2021 a 387 toneladas en 2025; el cacao en polvo peruano pasó de 296 a 608 toneladas; y la manteca de cacao peruana mantuvo una presencia de 87 toneladas en 2025, aunque con mayor valor unitario.

Demanda final aparente

La demanda final de chocolate y preparaciones con cacao puede aproximarse a través de la oferta disponible en el mercado interno. Sin embargo, debe tenerse presente que una estimación exacta requeriría información de producción física nacional por subpartida, variación de inventarios, comercio interno, mermas y ventas en food service. Por ello, la siguiente estimación debe leerse como una aproximación de mercado y no como consumo dietario efectivo.

En 2024-2025, IBISWorld estimó que la industria australiana de fabricación de chocolate y confitería generó ingresos por AUD 7344 millones. Dentro de esta industria, el segmento de chocolate representó AUD 5300 millones, los productos de cacao AUD 1300 millones y la confitería AUD 705 millones.

Por tanto, la oferta aparente del conjunto de chocolate, productos de cacao y confitería en Australia se estima en alrededor de AUD 8330 millones para 2024-2025. Esta cifra incluye productos vendidos a hogares, supermercados, food service, fabricantes de alimentos y otros canales; no equivale exclusivamente al gasto de los consumidores finales.

Como contraste, la partida HS 1806 registró importaciones por 69 473 toneladas en 2025, mientras Australia exportó 43 596 toneladas bajo la misma partida. El saldo físico importador fue de aproximadamente 25 877 toneladas. Esto evidencia que Australia es importador neto de chocolates y preparaciones con cacao, aun cuando posee una industria manufacturera local desarrollada.

Consumo per cápita estimado

La fuente oficial más sólida para estimar el consumo per cápita de confitería es el *Australian Bureau of Statistics*, que publica estimaciones experimentales de consumo aparente basadas en ventas minoristas. Para 2023-2024, el ABS estimó un consumo de 29,2 gramos diarios per cápita de productos de confitería, grupo que incluye chocolate, otras golosinas, barras de cereal/muesli y barras de frutas, nueces y semillas. Esto equivale a:

Tabla 12: Categorías de consumo y consumo per cápita

Categoría de consumo aparente	Consumo diario per cápita, 2023-24	Estimación anual per cápita
Chocolate y confitería basada en chocolate	16,6 g/día	6,06 kg/año
Otras confiterías y golosinas	7,9 g/día	2,88 kg/año
Barras de muesli y cereal	4,2 g/día	1,53 kg/año
Barras de frutas, nueces y semillas	0,6 g/día	0,22 kg/año

Categoría de consumo aparente	Consumo diario per cápita, 2023-24	Estimación anual per cápita
Total confitería y barras asociadas	29,2 g/día	10,66 kg/año

Fuente: Australian Bureau of Statistics. El consumo aparente se refiere a ventas minoristas y no descuenta desperdicio, inventarios o compras en restaurantes, cafeterías y otros servicios de alimentación.

Utilizando como referencia la población australiana de aproximadamente 27,5 millones de habitantes en 2025, el consumo minorista aparente de chocolate puede aproximarse a:

$$6,06 \text{ kg/persona/año} \times 27,5 \text{ millones de personas} \approx 166 \text{ 650 toneladas/año}$$

Esta estimación es coherente con la escala del mercado australiano y debe interpretarse como consumo aparente minorista, no como ingesta efectiva individual. El ABS aclara que su metodología considera alimentos vendidos a través de supermercados, tiendas de conveniencia y comercios minoristas especializados, pero excluye compras realizadas en restaurantes, cafeterías, fast food, instituciones y otros canales de food service. Además, no descuenta alimentos almacenados o desperdiciados.

En consecuencia, el consumo real total de chocolate y preparaciones con cacao puede ser mayor al estimado por el ABS, debido a la participación de cafeterías, hoteles, restaurantes, panaderías, servicios de catering, máquinas expendedoras, establecimientos de entretenimiento y compras de turismo. No obstante, la estimación de 6,06 kg anuales per cápita de chocolate permite establecer una referencia robusta para la demanda minorista.

El consumo per cápita disminuyó en el último año disponible. El ABS reportó que el consumo aparente de chocolate cayó de 17,6 g diarios en 2022-2023 a 16,6 g diarios en 2023-2024, una reducción de 5,7 %. Asimismo, el consumo total del grupo de confitería cayó 3,9 %, desde aproximadamente 30,4 g diarios a 29,2 g diarios. Esta contracción es consistente con la mayor conciencia de salud, la presión de precios y la sustitución parcial hacia snacks percibidos como más saludables.

Hábitos, usos y consumo

El chocolate y la confitería ocupan en Australia una posición dual: son productos de consumo cotidiano de impulso y, al mismo tiempo, artículos de regalo, celebración y consumo premium. En el segmento masivo, las barras, chocolates con leche, bombones, caramelos, chocolates rellenos y productos de conveniencia se compran principalmente en supermercados, tiendas de conveniencia, estaciones de servicio, farmacias, máquinas expendedoras y comercios de proximidad.

Los supermercados dominan como canal de acceso. Su poder de compra influye sobre marcas, promociones, empaques, precios, ubicación en góndola y desarrollo de marcas propias. Reportes sectoriales señalan que los minoristas representan 53,2 % de los ingresos de la industria australiana de chocolate y confitería; los mayoristas concentran 26,9 %, los fabricantes de alimentos 15,8 % y el food service 4,1 %.

El consumo en el hogar es relevante para tabletas, bloques de chocolate, bombones, polvo de cacao, chocolates para beber, productos de repostería y snacks. La compra responde con frecuencia a promociones, precio por unidad, formatos familiares, productos de impulso y disponibilidad de marcas conocidas. Sin embargo, la compra de chocolates premium se asocia más

a ocasiones especiales, regalos, celebraciones, consumo compartido, experiencias gastronómicas y productos de origen.

Los principales usos finales pueden agruparse de la siguiente manera:

- **Snack e indulgencia personal:** barras, tabletas, bites, chocolates rellenos, chips y confitería.
- **Regalo y consumo estacional:** bombones, cajas, chocolates premium y productos para Pascua, Navidad, San Valentín, Día de la Madre y otras celebraciones.
- **Repostería y consumo doméstico:** cacao en polvo, nibs, chips, coberturas, chocolate para hornear, manteca de cacao y productos para postres.
- **Bebidas y desayuno:** cacao en polvo, chocolate para beber, mezclas instantáneas, bebidas malteadas y productos complementarios.
- **Food service:** postres, heladería, pastelería, cafeterías, hoteles, restaurantes y catering.
- **Productos funcionales o saludables:** chocolate oscuro, nibs, barras con frutos secos, snacks con semillas, productos veganos, bajos en azúcar o de porción controlada.

Los hábitos de consumo muestran una creciente tensión entre indulgencia y salud. Por un lado, el chocolate conserva una función emocional, sensorial y social. Por otro, una parte de los consumidores limita su frecuencia de consumo o busca formatos con menor cantidad de azúcar, porciones pequeñas, ingredientes naturales y mayor porcentaje de cacao. Las preocupaciones por obesidad e ingesta de azúcar han impulsado la demanda de chocolates oscuros, productos sin azúcar, opciones veganas y libres de gluten.

La sustitución competitiva también es importante. Frutos secos, trail mix, barras de semillas, frutas deshidratadas, snacks proteicos y chips saludables compiten por el mismo momento de consumo que las barras de chocolate y la confitería tradicional. El ABS confirma esta transición: mientras la confitería total disminuyó 3,9 % en 2023-2024, el consumo de barras de muesli se mantuvo en 4,2 g diarios y las barras de frutas, nueces y semillas alcanzaron 0,6 g diarios; ambas categorías muestran crecimiento respecto de 2018-2019.

Tendencias de consumo

Premiumización y origen

La primera tendencia es la premiumización. El consumidor no necesariamente compra más chocolate en volumen, pero está dispuesto a pagar más por productos que transmiten calidad, autenticidad, ingredientes superiores, perfiles sensoriales diferenciados, diseño y responsabilidad social. Esto explica el crecimiento de chocolates oscuros, chocolates artesanales, bean-to-bar, productos de origen único y marcas europeas de prestigio.

Para el cacao peruano, esta tendencia favorece productos elaborados con cacao fino de aroma, cacao nativo amazónico, origen territorial identificado —por ejemplo, Cusco, San Martín, Amazonas, Junín, Piura o Ucayali, según corresponda—, trazabilidad y una historia de sostenibilidad. La oportunidad es mayor en formatos de valor agregado: barras de alto contenido de cacao, cobertura premium, nibs, cacao en polvo de origen y productos de regalo.

Salud, azúcar y porciones

La segunda tendencia es la búsqueda de productos percibidos como más saludables. El consumidor australiano reduce gradualmente la frecuencia de consumo de confitería tradicional

de alto contenido de azúcar, grasa y aditivos, y se orienta hacia chocolate oscuro, productos de menor azúcar, porciones individuales, ingredientes naturales, opciones sin gluten, veganas y snacks con frutos secos o semillas.

La evidencia oficial muestra que el consumo minorista aparente de chocolate cayó 5,7 % en 2023-2024, hasta 16,6 g diarios per cápita; las otras confiterías disminuyeron 2,5 %, hasta 7,9 g diarios. Esta tendencia no implica el fin del mercado, sino una transformación hacia productos que justifiquen su consumo mediante mejor experiencia, formulaciones más limpias y mayor valor percibido.

Para la industria proveedora, este cambio aumenta la demanda potencial de cacao en polvo natural, nibs, pasta de cacao, chocolate oscuro y productos con alto porcentaje de sólidos de cacao. No obstante, cualquier alegación nutricional o funcional debe respetar las exigencias de etiquetado y declaraciones de salud aplicables en Australia.

Sostenibilidad, ética y trazabilidad

La tercera tendencia es la sostenibilidad. Los consumidores y compradores industriales prestan atención al origen del cacao, el comercio justo, las condiciones de trabajo, la deforestación, la transparencia de la cadena y la reducción de residuos de empaque. Los fabricantes están adoptando abastecimiento ético de cacao, estándares de comercio justo, empaques ecológicos, procesos con menor huella ambiental e inversiones en energía renovable.

Esta tendencia es especialmente importante para exportadores peruanos. El producto debe acompañarse de evidencia verificable: certificaciones cuando correspondan, información de cooperativa o zona de producción, protocolos de trazabilidad, prácticas agroforestales, cumplimiento social, control ambiental y documentación de calidad. Una narrativa sin respaldo documental tendrá menor valor frente a compradores industriales y consumidores informados.

Plant-based, veganismo y “clean label”

La cuarta tendencia es la expansión de productos plant-based, veganos y con etiquetas más simples. Las formulaciones sin leche, sin gluten, sin aceite de palma o con ingredientes reconocibles están ganando espacio, especialmente entre consumidores urbanos, jóvenes y orientados a bienestar. La industria australiana responde con chocolates veganos, confitería sin azúcar, ingredientes funcionales y productos elaborados con insumos orgánicos o naturales.

Para los proveedores de derivados de cacao, esta tendencia abre oportunidades para manteca de cacao, pasta de cacao y polvo de cacao usados en chocolates veganos, barras funcionales, productos con proteína vegetal, postres sin lácteos y cosmética natural. En estos segmentos, la especificación técnica es tan importante como el origen: color, pH, viscosidad, contenido de grasa, comportamiento de fusión, microbiología y estabilidad deben cumplir las necesidades de formulación industrial.

Conveniencia, comercio electrónico e innovación

La quinta tendencia es la combinación de conveniencia y diferenciación. Los consumidores mantienen la compra de impulso en supermercados, tiendas de conveniencia y estaciones de servicio, pero también recurren al comercio electrónico para comprar chocolates importados, productos premium, regalos, suscripciones, packs temáticos y marcas artesanales. Los canales digitales permiten a fabricantes llegar directamente al consumidor, comunicar sus atributos de sostenibilidad y artesanía, y obtener información más precisa sobre preferencias y comportamiento de compra.

La innovación de producto incluye rellenos, combinaciones de sabores, frutas, frutos secos, caramelo salado, ingredientes exóticos, barras con múltiples texturas, presentaciones estacionales y productos personalizados. Para Perú, ello ofrece una oportunidad de desarrollar chocolates que combinen cacao peruano con ingredientes de identidad territorial, como café, quinua, kiwicha, maca, aguaymanto, lúcuma, sal de Maras, frutos amazónicos, nueces o especias, siempre que se valide su aceptación sensorial, estabilidad, etiquetado y viabilidad comercial.

Implicancias para la oferta peruana

La demanda australiana de cacao y derivados no se define únicamente por cantidad, sino por el balance entre abastecimiento industrial, innovación, salud, sostenibilidad y diferenciación. El mercado industrial requiere volúmenes consistentes, especificaciones técnicas y seguridad de suministro; el mercado final, en cambio, valora el origen, sabor, diseño y atributos éticos.

La mayor oportunidad para Perú se ubica en una estrategia de doble entrada. Por un lado, exportar insumos diferenciados —pasta, manteca, polvo, nibs y grano fino de aroma— a fabricantes, distribuidores de ingredientes y chocolateros especializados. Por otro, desarrollar productos finales de alto valor, como chocolates oscuros de origen, barras orgánicas, productos veganos, chocolates con ingredientes andino-amazónicos y presentaciones para regalo.

4. Presentaciones y precios

Presentaciones de cacao y derivados

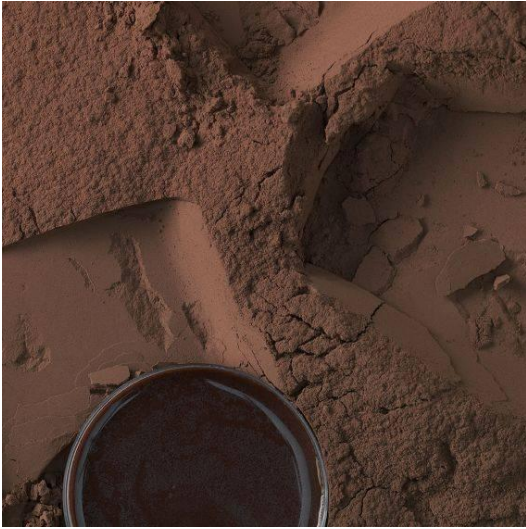
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Cacao en polvo
	Presentación	Bolsa – 7.6-8.2 ph (alcalino)
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	25 kg (bolsa)
	País de Producción	-
	Nombre del Producto	Cacao en polvo
	Presentación	Bolsa – 6.8-7.5 ph (Ligero alcalino)
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	25 kg (bolsa)
	País de Producción	-
	Aplicación	Decoración, hornear, pastelería

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Trozos de chocolate oscuro
	Presentación	Caja: 42.5% solido de cacao
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Hornear, saborizante, extrusion
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chips de chocolate oscuro orgánico
	Presentación	Caja: 48% solido de cacao
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Pastelería, hornear, saborizante

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chips de chocolate blanco
	Presentación	Caja: 20% solido de cacao y 23.8% solido de leche
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	25 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Pastelería, hornear, saborizante
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Trozos de chocolate con leche
	Presentación	Caja: 27% solido de cacao y 23.7% solido de leche
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Pastelería, hornear, saborizante

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chips de chocolate ruby
	Presentación	Piezas x kg: 20,000
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	1 kg
	País de Producción	-
	Aplicación	Bebidas, helados, postres, confiteria
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Caramel Dore
	Presentación	Bloque 5 kg: 28% solido cacao y 29% solido de leche
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Confitería, Heladería, para Moldes

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate ruby (viscoso)
	Presentación	Bloque 5 kg: 40% solido cacao y 23.5% solido de leche
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Confitería, Heladería, para Moldes, frozen, dipping
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate oscuro alto en cacao
	Presentación	Bloque 5 kg: 85% solido cacao
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	20 kg (caja)
	País de Producción	-
	Aplicación	Confitería, Heladería, para Moldes, frozen, dipping

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Manteca de cacao
	Presentación	Balde
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	4 kgs (balde)
	País de Producción	-
	Aplicación	Moldear, confitería, brillo de productos
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Pasta de cacao
	Presentación	Balde: 51% grasa
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	5 kg (balde)
	País de Producción	-
	Aplicación	Saborizante, endulzante para cremas, dulces, fondus

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Licor/pasta de cacao solido
	Presentación	Balde de solido en forma de gotas
	Marca	Carma
	Precio	-
	Peso Neto	3 kg (balde)
	País de Producción	-
	Aplicación	Para coberturas, postres, rellenos, glaseado
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Bloque chocolate oscuro
	Presentación	Bloque: 54% cacao sólido, 37.6% grasa
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	5 kg (bloque)
	País de Producción	-
	Aplicación	Para moldear

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate oscuro orgánico y certificado
	Presentación	Bolsa: 70% cacao sólido y 41% grasa
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	10 kg (bolsa)
	País de Producción	-
	Aplicación	Moldes, pastelería fina
FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chocolate blanco certificado
	Presentación	Bolsa: 28% cacao sólido, 22% leche sólida, 36% grasa
	Marca	Barry Callebaut
	Precio	-
	Peso Neto	10 kg (bolsa)
	País de Producción	-
	Aplicación	Moldes, pastelería fina

5. Requisitos de acceso al mercado

El ingreso de cacao, chocolate y derivados de cacao desde Perú a Australia está sujeto a tres planos regulatorios: aduana y origen preferencial, bioseguridad e inocuidad alimentaria, y etiquetado/comercialización. La exigencia concreta depende de la presentación del producto: el cacao en grano tiene una exposición de bioseguridad mayor que la pasta, manteca, polvo o chocolate terminado; estos últimos, a su vez, enfrentan requisitos más intensos de composición, inocuidad y etiquetado cuando se venden directamente al consumidor.

Para un exportador peruano, la ruta práctica debe ser: clasificar correctamente el producto; confirmar el caso aplicable en BICON; obtener el tratamiento arancelario preferencial mediante PAFTA; preparar la declaración aduanera y documentos comerciales; y, cuando se trate de producto retail, adecuar la etiqueta al *Australia New Zealand Food Standards Code* y a la normativa australiana de etiquetado de origen.

Entidades competentes

La regulación no recae en una única entidad. El acceso al mercado requiere coordinación entre el importador australiano, su agente de aduanas y las autoridades de bioseguridad, alimentos y frontera.

Tabla 13: Entidades reguladoras de Australia

Entidad	Función principal	Relevancia para cacao y derivados
Department of Agriculture, Fisheries and Forestry – DAFF	Administra bioseguridad, condiciones de importación y el control de inocuidad de alimentos importados	Verifica las condiciones de ingreso en BICON, permisos cuando correspondan, inspección, muestreo, análisis y liberación sanitaria
Biosecurity Import Conditions – BICON	Plataforma oficial de condiciones de importación	Define si el producto está permitido, si necesita permiso, certificados, tratamiento, inspección o requisitos de inocuidad
Food Standards Australia New Zealand – FSANZ	Establece los estándares técnicos de seguridad, composición y etiquetado de alimentos	Regula ingredientes, aditivos, contaminantes, alérgenos, etiquetado nutricional, lista de ingredientes y declaraciones de salud
Australian Border Force – ABF	Control aduanero y aplicación de la tarifa de importación	Recibe la declaración de importación, clasifica la mercancía, liquida derechos e impuestos y gestiona la preferencia PAFTA

Entidad	Función principal	Relevancia para cacao y derivados
Australian Competition and Consumer Commission – ACCC	Supervisa el cumplimiento de la normativa de protección al consumidor	Relevante para etiquetado de país de origen y veracidad de afirmaciones comerciales
State and territory food enforcement agencies	Fiscalizan el cumplimiento del <i>Food Standards Code</i> en el mercado interno	Pueden intervenir una vez que el producto se comercializa en supermercados, tiendas, food service o plataformas digitales

Fuente: DAFF, BICON, FSANZ, ABF, ACCC

El **DAFF** es la entidad central para el ingreso físico de alimentos. Todos los alimentos destinados a venta en Australia deben ser seguros y cumplir los estándares alimentarios nacionales; además, deben satisfacer primero las condiciones de bioseguridad aplicables. El DAFF incorpora dichas condiciones y los requisitos de inocuidad alimentaria dentro del sistema BICON.

La **FSANZ** no realiza el despacho aduanero ni emite permisos de importación, pero es la institución que establece las normas obligatorias del *Australia New Zealand Food Standards Code*. Dicho Código cubre, entre otros aspectos, inocuidad, uso de aditivos, contaminantes, declaración de alérgenos, ingredientes, información nutricional, advertencias y requisitos de rotulado.

La **ABF** interviene en el despacho aduanero. Para cargas comerciales superiores a AUD 1000 que se destinen al consumo interno, el importador australiano o su agente de aduanas debe presentar una *Import Declaration* —declaración N10— mediante el *Integrated Cargo System* o ICS. La declaración incluye clasificación arancelaria, valor aduanero, datos del importador, medio de transporte y régimen de preferencia arancelaria, cuando corresponda.

Requisitos arancelarios

Clasificación arancelaria

Los principales productos analizados en este informe pertenecen al Capítulo 18 del arancel australiano:

Tabla 16: Arancel y tasas

Partida HS	Producto	Tasa general australiana referencial
1801.00.00	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	Libre
1803.10.00	Pasta de cacao sin desgrasar	Libre
1803.20.00	Pasta de cacao total o parcialmente desgrasada	Libre
1804.00.00	Manteca, grasa y aceite de cacao	Libre

Partida HS	Producto	Tasa general australiana referencial
1805.00.00	Cacao en polvo sin azúcar ni edulcorantes	Libre
1806.10.00	Cacao en polvo con azúcar u otros edulcorantes	5 %
1806.20.00	Preparaciones de cacao a granel en bloques, pasta, polvo u otras presentaciones superiores a 2 kg	Verificar subpartida específica
1806.31 / 1806.32	Chocolate relleno o sin relleno en bloques, barras o tabletas	Generalmente 5 %; verificar subpartida
1806.90	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias con cacao	Generalmente 5 %; verificar subpartida

Fuente: Australian Border Force, Schedule 3, Chapter 18. La clasificación exacta debe ser confirmada por un agente de aduanas australiano, pues depende de presentación, contenido de azúcar, forma, peso del envase inmediato y composición

Para cacao en grano, pasta de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo sin azúcar —partidas 1801, 1803, 1804 y 1805— la tasa general australiana es 0 % o “Free”, por lo que el acceso arancelario no depende necesariamente de una preferencia comercial.

En el caso de chocolates y preparaciones con cacao de la partida 1806, varias subpartidas están sujetas a una tasa general de 5%. Por ello, en productos terminados como tabletas, bombones, chocolates rellenos, chocolates sin relleno, coberturas, confitería de cacao y preparados con azúcar, la preferencia arancelaria de PAFTA puede ser comercialmente relevante.

Preferencia bajo PAFTA

El Acuerdo de Libre Comercio Perú–Australia, conocido como **PAFTA**, entró en vigor el 11 de febrero de 2020. El acuerdo permite solicitar trato arancelario preferencial para los bienes originarios de Perú que cumplan las reglas de origen respectivas.

Para acceder a la preferencia, no basta que el producto sea embarcado desde Perú. Debe calificar como originario según las reglas de origen del acuerdo. En términos prácticos:

- El cacao en grano producido y cosechado en Perú normalmente califica como producto enteramente obtenido en Perú.
- La pasta, manteca y polvo de cacao elaborados en Perú a partir de cacao peruano califican, en principio, como productos originarios.
- Los chocolates elaborados en Perú pueden calificar incluso si utilizan determinados insumos no peruanos —por ejemplo, azúcar, leche en polvo, frutos secos, envases o saborizantes—, siempre que cumplan la regla específica de origen aplicable a la subpartida correspondiente.
- El producto debe conservar su condición de originario y cumplir las condiciones de transporte o tránsito requeridas por el acuerdo.

El importador australiano debe declarar en el momento de la importación que la mercancía es originaria y debe tener en su poder un Certificado de Origen válido, o una copia, cuando quiera reclamar el beneficio arancelario de PAFTA. El certificado no es exigible si el valor aduanero de la importación no supera AUD 1000, salvo que la autoridad disponga otra condición.

El certificado debe incluir, como mínimo, la declaración de que los bienes descritos califican como originarios conforme al acuerdo entre Australia y Perú y los datos requeridos por PAFTA. El importador puede ser requerido para presentar el certificado, documentos de transporte y documentación que demuestre el cumplimiento de la regla de origen.

Impuesto sobre bienes y servicios

Además del arancel, debe considerarse el Goods and Services Tax (GST) australiano, generalmente equivalente a 10 %. En operaciones comerciales, el GST es gestionado por el importador australiano durante el despacho o mediante los mecanismos tributarios aplicables. El exportador peruano debe dejar claramente definido en la cotización el Incoterm utilizado —por ejemplo, FOB, CFR, CIF o DDP—, para establecer quién asume aranceles, GST, despacho, inspección, almacenaje y costos de demora.

Requisitos no arancelarios

Bioseguridad: requisito previo

Todos los alimentos importados deben cumplir primero las condiciones de bioseguridad de Australia. El importador debe buscar el producto en BICON y revisar las condiciones vigentes antes del embarque, porque los requisitos pueden variar por producto, procesamiento, ingredientes, país de origen, uso declarado y presentación comercial.

La regla general es la siguiente:

- El **cacao en grano** enfrenta mayor sensibilidad de bioseguridad porque es una materia prima de origen vegetal y puede presentar riesgo de plagas, residuos, contaminantes, insectos vivos, suelo, material vegetal extraño o infestación durante el transporte.
- La **pasta, manteca y polvo de cacao** son productos procesados. Su tratamiento bioseguritario suele ser menos complejo que el del grano, pero continúan sujetos a condiciones de importación y requisitos de inocuidad alimentaria.
- El **chocolate y las preparaciones terminadas** son generalmente productos comercialmente preparados y envasados, pero si contienen ingredientes de origen animal, lácteos, frutos secos, huevos, gelatina, miel u otros componentes, deben cumplirse además las condiciones aplicables a cada ingrediente.

BICON señala expresamente que, para productos compuestos, el importador debe revisar por separado las condiciones de cada componente. Por ejemplo, en un chocolate con leche, relleno de crema, nueces, frutas o ingredientes animales, no basta revisar el componente cacao: también se deben verificar las exigencias para lácteos, frutos secos, huevo, gelatina, miel u otros ingredientes relevantes.

Cacao en grano

Para cacao en grano, la recomendación es confirmar el caso específico de BICON antes de cerrar la venta. En términos operativos, el exportador debe prever:

- Granos limpios, secos y correctamente fermentados.

- Ausencia de insectos vivos, plagas, tierra, hojas, ramas, semillas ajenas, residuos vegetales y contaminación visible.
- Sacos, big bags o embalajes limpios, nuevos o adecuados para alimentos, sin contaminación.
- Declaración correcta de producto, país de origen, peso neto, lote, exportador e importador.
- Posible necesidad de documentación fitosanitaria, tratamiento, inspección o permiso, según el caso BICON vigente y el riesgo determinado por DAFF.
- Trazabilidad por lote y capacidad para demostrar condiciones de almacenamiento y transporte.

No debe asumirse que todos los granos de cacao tienen un requisito idéntico. El BICON vigente al momento de la operación es la fuente obligatoria para determinar si se requiere permiso de importación, certificado fitosanitario, tratamiento, inspección documental o inspección física.

Pasta, manteca y cacao en polvo

BICON contiene casos específicos para manteca, polvo, torta y licor de cacao, es decir, productos derivados del grano destinados a usos distintos de alimento animal, fertilizante o siembra. Para pasta de cacao, manteca y polvo destinados a consumo humano o transformación industrial, los puntos críticos son:

- Cumplimiento de condiciones BICON para el producto procesado.
- Cumplimiento de normas de inocuidad del *Food Standards Code*.
- Identificación correcta de ingredientes, composición y uso previsto.
- Control de contaminantes, residuos y peligros microbiológicos cuando corresponda.
- Presentación en envases o embalajes aptos para contacto con alimentos.
- Trazabilidad, identificación de lote y vida útil.
- Certificado de análisis cuando lo requiera el comprador, importador o autoridad.
- Declaración de alérgenos si el producto contiene o puede contener componentes alérgenos, como leche, soya, nueces, maní o gluten.

El cacao en polvo, la pasta y la manteca de cacao destinados a elaboración industrial pueden comercializarse en sacos, cajas, bolsas, bloques, cajas con bolsa interior, tambores o contenedores a granel. En estos casos, el etiquetado de consumo final puede no aplicar de la misma manera que en un producto de retail, pero el importador debe conservar información suficiente de identificación, composición, trazabilidad y uso seguro para cumplir la normativa aplicable y para permitir el posterior etiquetado del producto terminado.

Chocolate y preparaciones terminadas

El chocolate destinado al consumidor final debe cumplir el *Australia New Zealand Food Standards Code*. Además, debe cumplir las exigencias australianas de información al consumidor y país de origen. Los requisitos principales son:

- Denominación o nombre del alimento.
- Lista de ingredientes en orden descendente de peso.

- Declaración porcentual de ingredientes caracterizantes cuando sea aplicable, por ejemplo, porcentaje de cacao, leche, frutos secos u otros ingredientes destacados.
- Declaración obligatoria de alérgenos.
- *Nutrition Information Panel* o panel nutricional, salvo excepciones específicas.
- Fecha de duración mínima o “best before”, cuando corresponda.
- Instrucciones de almacenamiento si son necesarias para seguridad o calidad.
- Nombre y dirección física o comercial en Australia o Nueva Zelandia del proveedor responsable.
- Identificación de lote.
- Etiquetado de país de origen según el *Country of Origin Food Labelling Information Standard 2016*.
- Cumplimiento de requisitos sobre aditivos, saborizantes, colores, edulcorantes, declaraciones nutricionales y declaraciones de salud.

La FSANZ establece que todos los ingredientes de un ingrediente compuesto deben declararse en la lista de ingredientes, salvo excepciones específicas, y que los ingredientes deben aparecer en orden descendente de peso al momento de incorporación.

Los alérgenos obligatorios incluyen, entre otros, trigo, pescado, crustáceos, moluscos, huevo, leche, lupino, maní, soya y frutos secos de árbol. La etiqueta debe incluir una declaración de alérgenos destacada, normalmente mediante una frase separada en negrita que comience con “Contains”, por ejemplo: “Contains milk and soy”.

El etiquetado de país de origen es obligatorio para alimentos ofrecidos a la venta al por menor en Australia. La normativa está contenida en el *Country of Origin Food Labelling Information Standard 2016*, bajo la legislación de protección al consumidor; su obligatoriedad entró plenamente en vigor el 1 de julio de 2018.

Inocuidad e inspección

El DAFF gestiona el **Imported Food Inspection Scheme** o IFIS, sistema de control basado en riesgo. Los alimentos importados pueden ser sujetos a:

- Inspección documental.
- Inspección visual de etiqueta y embalaje.
- Inspección física de la carga.
- Muestreo y análisis de laboratorio.
- Retención de la carga hasta obtener resultados.
- Incremento de frecuencia de inspección si existen incumplimientos previos.

El DAFF aclara que el esquema utiliza un enfoque basado en riesgo. Los productos clasificados como *risk food* pueden ser sometidos a análisis y no son elegibles para inspecciones virtuales de etiqueta; los alimentos de vigilancia, incluido parte de la confitería, pueden ser inspeccionados mediante procesos documentales, visuales o físicos, según su clasificación y antecedentes de cumplimiento.

En el caso de cacao, chocolate y derivados, el exportador debe trabajar con su importador para anticipar análisis de contaminantes y asegurar evidencia de control de calidad. Aunque la obligatoriedad exacta depende de la clasificación BICON y del producto, comercialmente es recomendable disponer de análisis para:

- Humedad.
- Mohos y levaduras, cuando corresponda.
- *Salmonella* y microbiología aplicable.
- Metales pesados, especialmente cadmio y plomo.
- Micotoxinas cuando el comprador o el perfil de riesgo lo requiera.
- Residuos de plaguicidas, según producto, mercado objetivo y certificaciones.
- Contenido de grasa, pH, granulometría, color y otros parámetros técnicos para pasta, manteca y polvo.

Documentos obligatorios y recomendados

Documentos obligatorios para despacho

La documentación exacta depende del producto, del valor de la carga, del régimen arancelario y de las condiciones BICON. Sin embargo, para una exportación comercial peruana de cacao, pasta, manteca, polvo o chocolate hacia Australia, el expediente básico debe incluir lo siguiente:

Tabla 14: Documentos obligatorios de exportación

Documento	Carácter	Finalidad
Factura comercial	Obligatorio	Identifica exportador, importador, producto, valor, moneda, Incoterm, país de origen y condiciones de venta
Lista de empaque	Obligatorio en la práctica comercial	Detalla número de bultos, pesos netos/brutos, lotes, dimensiones y tipo de embalaje
Conocimiento de embarque marítimo o guía aérea	Obligatorio	Acredita el transporte y permite el despacho de la carga
Declaración de importación N10	Obligatoria para cargas superiores a AUD 1000 destinadas a consumo interno	La presenta el importador o agente de aduanas ante ABF
Clasificación arancelaria correcta	Obligatoria	Determina arancel, requisitos de origen y tratamiento aduanero

Documento	Carácter	Finalidad
Permiso o aprobación de importación, si BICON lo exige	Condicionalmente obligatorio	Requisito de bioseguridad para determinados productos, ingredientes o situaciones
Certificado fitosanitario, si BICON lo exige	Condicionalmente obligatorio	Principalmente relevante para productos vegetales de mayor riesgo, como cacao en grano
Certificado de Origen PAFTA	Obligatorio si se reclama preferencia y la operación excede el umbral o no hay exención	Permite solicitar arancel preferencial para productos originarios de Perú
Etiqueta conforme a normativa australiana	Obligatoria para productos retail	Requisito para comercializar chocolate y preparaciones al consumidor final
Evidencia de cumplimiento de inocuidad, si se solicita	Condicionalmente obligatoria	Puede requerirse durante inspección, muestreo, retención o auditoría

La ABF indica que, para presentar una declaración de importación, se requiere normalmente el documento de transporte —*bill of lading* o *air waybill*—, factura comercial, identificación del importador, permisos o aprobaciones pertinentes y otros documentos relevantes.

Certificado de origen PAFTA

El Certificado de Origen es fundamental cuando el producto de la partida 1806 está sujeto a arancel general y se busca aplicar la preferencia de PAFTA. El certificado debe estar en poder del importador al momento de presentar la declaración de importación; puede solicitarse posteriormente durante una verificación.

Para productos de las partidas 1801, 1803, 1804 y 1805, cuya tasa general es libre, el certificado PAFTA puede no generar una reducción arancelaria efectiva. Sin embargo, puede ser útil para acreditar origen peruano, respaldar una oferta comercial, facilitar la trazabilidad y atender solicitudes de compradores. Para chocolate y preparaciones de la partida 1806, el documento adquiere mayor relevancia, especialmente cuando la subpartida enfrenta tasa general de 5%.

Documentos recomendados

Además del expediente obligatorio, los siguientes documentos son altamente recomendables y, en la práctica, suelen ser solicitados por importadores, distribuidores, cadenas minoristas o fabricantes:

Tabla 15: Documentos recomendados de exportación

Documento recomendado	Utilidad comercial y técnica
Certificado de análisis por lote	Acredita humedad, grasa, pH, microbiología, metales pesados, residuos y parámetros técnicos
Ficha técnica del producto	Describe composición, tipo de cacao, contenido de grasa, granulometría, viscosidad, color, pH, vida útil, almacenamiento y aplicaciones
Ficha de seguridad o SDS	Útil para productos industriales, transporte, almacenamiento y clientes manufactureros
Certificado de libre venta o certificado sanitario peruano	Puede ser solicitado por el importador o para respaldar inocuidad y comercialización
Certificado orgánico	Recomendable si se declara “organic”; debe ser reconocido o aceptado por el comprador y el esquema de certificación aplicable
Certificado Fairtrade, Rainforest Alliance u otro	Recomendable para productos con alegaciones éticas o sostenibles
Certificado halal o kosher	Recomendable para nichos específicos, distribuidores y consumidores con requerimientos religiosos
Certificado de ausencia de OGM, gluten, lácteos o alérgenos	Relevante si se realizan declaraciones “non-GMO”, “gluten-free”, “dairy-free” o “vegan”
Declaración de alérgenos	Necesaria para facilitar el etiquetado y el control de riesgos del importador
Declaración de trazabilidad	Identifica finca, cooperativa, región, lote, fecha de cosecha, fermentación y cadena de custodia
Declaración de cumplimiento de contaminantes	Especialmente relevante para cadmio, plomo, microbiología y residuos de plaguicidas
Certificado de fumigación o tratamiento del embalaje	Recomendable cuando se utilizan pallets de madera; los pallets deben cumplir ISPM 15 si aplica

Documento recomendado	Utilidad comercial y técnica
Póliza de seguro de carga	Recomendable según el Incoterm pactado
Contrato de compraventa o <i>purchase order</i>	Facilita resolver especificaciones, tolerancias, reclamos, calidad, pagos y condiciones logísticas

Tratamiento por producto

Cacao en grano

El cacao en grano es el producto con mayor sensibilidad de bioseguridad. Antes de exportar, debe verificarse BICON para determinar si se exige permiso, certificado fitosanitario, tratamiento, inspección o requisitos específicos de empaque. La recomendación es trabajar con granos correctamente fermentados, secos, seleccionados, libres de insectos vivos, suelo y material extraño, con trazabilidad por lote y análisis de contaminantes.

La certificación fitosanitaria no debe emitirse automáticamente sin revisar BICON: debe ser solicitada y preparada cuando el caso oficial vigente lo requiera. La exportación de grano necesita una coordinación estrecha entre exportador peruano, SENASA, importador australiano y agente de aduanas.

Pasta de cacao

La pasta de cacao puede ingresar como insumo industrial para fabricantes de chocolate, coberturas, helados, panificación o alimentos funcionales. Sus compradores suelen requerir contenido de grasa, viscosidad, granulometría, pH, humedad, microbiología, metales pesados, ausencia de cuerpos extraños y estabilidad de almacenamiento. La pasta puede estar sin desgrasar o parcial/totalmente desgrasada, por lo que la clasificación y ficha técnica deben ser precisas.

Manteca de cacao

La manteca de cacao requiere consistencia técnica. Los compradores australianos pueden solicitar perfiles de ácidos grasos, punto de fusión, índice de acidez, humedad, impurezas, color, olor, microbiología y certificación de aptitud alimentaria. Si se comercializa para cosmética o farmacéutica, pueden requerirse especificaciones adicionales y no debe asumirse que el producto podrá ingresar bajo las mismas condiciones aplicables al uso alimentario.

Cacao en polvo

El cacao en polvo debe especificar si es natural o alcalinizado, su contenido de grasa, pH, color, granulometría, humedad, microbiología y aplicaciones recomendadas. Para el mercado retail o para productos terminados, deben cumplirse las disposiciones de etiquetado. Para el mercado industrial, el cliente puede requerir certificados de análisis por lote y documentación de trazabilidad.

Chocolate y preparaciones

El chocolate terminado enfrenta el mayor nivel de exigencia comercial en etiquetado, formulación y marketing. Además de BICON y el *Food Standards Code*, deben revisarse las afirmaciones de empaque: “organic”, “vegan”, “sugar-free”, “no added sugar”, “gluten-free”, “fair trade”, “single

origin”, “high cocoa”, “healthy” o “functional” deben ser verdaderas, demostrables y compatibles con los requisitos regulatorios australianos.

Un chocolate peruano de origen, por ejemplo, debería contar como mínimo con: etiqueta en inglés, lista de ingredientes, declaración de alérgenos, panel nutricional, fecha de duración mínima, lote, instrucciones de conservación, nombre y dirección del responsable en Australia o Nueva Zelanda, declaración de origen, composición porcentual cuando se destaque cacao u otros ingredientes, y respaldo documental de cualquier alegación orgánica, ética o funcional.

6. Canales de distribución

La comercialización de cacao y derivados en Australia opera mediante dos circuitos vinculados pero distintos. El primero es el canal industrial B2B, orientado a cacao en grano, pasta, manteca, polvo, coberturas y chocolate a granel para fabricantes de alimentos, bebidas, panificación, heladería, confitería y food service. El segundo es el canal retail B2C, por el cual chocolates, tabletas, bombones, golosinas y preparaciones con cacao llegan al consumidor final mediante supermercados, tiendas de conveniencia, comercios especializados, farmacias, food service y comercio electrónico.

El canal industrial define la compra de materias primas y semielaborados, con énfasis en calidad técnica, consistencia y continuidad de suministro. El canal retail, por su parte, traduce las tendencias del consumidor —precio, indulgencia, salud, sostenibilidad, origen y conveniencia— en exigencias para fabricantes e importadores. En Australia, los supermercados y minoristas son el principal mercado de la industria de chocolate y confitería, con 53,2 % de los ingresos sectoriales; les siguen los mayoristas, con 26,9 %, los fabricantes de alimentos, con 15,8 %, y los establecimientos de food service, con 4,1 %.

Estructura comercial general

Canal industrial de cacao y derivados

La estructura industrial empieza en el país de origen, donde el cacao se produce, fermenta, seca y clasifica; o, en el caso de productos con mayor valor agregado, se transforma en pasta, manteca o polvo de cacao. El producto es vendido a un importador australiano, una filial local de una empresa global, un trader, un distribuidor de ingredientes o directamente a un fabricante de alimentos.

La cadena típica para insumos de cacao puede representarse de la siguiente manera:

Productor / cooperativa→Exportador peruano→Importador o trader australiano→Distribuidor de ingredientes→Fabricante de alimentos→Retail / food service→Consumidor final

En operaciones de mayor escala, el distribuidor puede ser omitido. Un fabricante grande puede importar directamente pasta, manteca, polvo o licor de cacao desde una empresa procesadora internacional, desde una filial de un trader o desde un proveedor de ingredientes que opera con inventario local. En operaciones de menor escala o en nichos de especialidad, el producto suele ingresar a través de un importador-distribuidor que consolida cargas, almacena inventario y atiende múltiples clientes industriales.

Australia importa volúmenes significativos de derivados semielaborados. En 2025, las importaciones de pasta de cacao alcanzaron 53 031 toneladas, las de manteca de cacao 18 164 toneladas y las de cacao en polvo 17 162 toneladas. Esto revela que la industria australiana no depende exclusivamente de importar grano y molerlo localmente, sino que compra ingredientes procesados para reducir etapas de transformación, asegurar especificaciones estables y atender de manera eficiente las necesidades de fabricación.

La pasta de cacao es demandada por fabricantes de chocolate, coberturas, rellenos, helados, bebidas, postres y panificación. La manteca de cacao es esencial para controlar la textura, brillo, dureza, punto de fusión y comportamiento sensorial del chocolate. El cacao en polvo se destina principalmente a bebidas, mezclas instantáneas, productos de panificación, galletas, postres, helados, cereales, suplementos y alimentos funcionales.

La mayor parte de los derivados importados procede de hubs de molienda y comercio de Asia-Pacífico. Singapur, Malasia e Indonesia son fuentes decisivas de pasta, manteca y polvo por su infraestructura portuaria, disponibilidad de inventarios, plantas de procesamiento, cercanía geográfica y presencia de traders globales. Los Países Bajos cumplen un rol similar desde Europa como plataforma de comercio, almacenamiento, molienda y redistribución de cacao.

Canal de chocolate terminado

Para chocolates, tabletas, bombones, confitería y preparaciones listas para el consumidor, la cadena se organiza de forma distinta:

Fabricante extranjero→Importador / representante de marca→Distribuidor nacional→Supermercado / tienda especializada / food service / e-commerce→Consumidor final

El producto puede ingresar a Australia mediante un importador independiente, una filial de la marca, un distribuidor de alimentos premium, un mayorista de confitería o directamente mediante una gran cadena minorista. Las marcas internacionales de amplia escala suelen utilizar operadores propios o distribuidores nacionales con capacidad de comercialización, almacenamiento, reposición, promoción y negociación con supermercados.

Rol de los grandes fabricantes

La industria australiana combina empresas internacionales de consumo masivo, procesadores B2B, marcas privadas de supermercados y empresas artesanales. Mondelez Australia, Mars Wrigley, Nestlé y Ferrero son actores centrales en chocolate y confitería. En 2025, Mondelez concentró 12,5 % del ingreso sectorial estimado, Mars Wrigley 9,5 %, Nestlé 5,9 % y Ferrero 3,0 %.

Estas empresas no solo fabrican productos para el mercado interno. También organizan cadenas de suministro regionales, importan insumos y productos especializados, exportan parte de su producción y suministran a grandes cadenas de retail. Por ello, un exportador peruano de derivados de cacao debe considerar que las oportunidades pueden presentarse tanto en la compra industrial directa como mediante traders, distribuidores de ingredientes o procesadores que abastecen a estas grandes compañías.

Barry Callebaut reforzó su presencia industrial en Australia a través de la adquisición de GKC Foods en 2020. Esta operación le otorgó capacidad local para producir chocolate, coberturas y rellenos destinados a marcas de consumo y clientes industriales, reduciendo parte de la necesidad de importar productos terminados desde centros regionales.

Principales importadores y comercializadores

No existe una base pública integral que revele, por empresa, el valor de las importaciones australianas de cada subpartida de cacao. Por ello, los siguientes actores deben interpretarse como los principales participantes comerciales identificables en la cadena de ingredientes, manufactura y distribución, no como un ranking aduanero exacto de importadores.}

Ingredientes de cacao y chocolate

Tabla 16: Principales empresas y rol en la comercialización

Empresa o tipo de actor	Rol en la cadena	Productos o función relevante
Barry Callebaut / GKC Foods	Procesador y proveedor B2B de chocolate, coberturas y rellenos	Abastece a fabricantes, marcas y food service; cuenta con presencia productiva local
Cargill Australia	Comercializador de ingredientes de cacao y chocolate	Ofrece chocolate, compuestos, manteca de cacao, licor de cacao y soluciones para manufactura y food service
ofi / Olam Food Ingredients	Trader y proveedor global de ingredientes	Opera globalmente en cacao, café, frutos secos y otros ingredientes; relevante como potencial proveedor y trader de insumos
AAK Australia	Importador y distribuidor de grasas especiales	Comercializa sustitutos y equivalentes de manteca de cacao, grasas para rellenos, coberturas y confitería
Hawkins Watts	Distribuidor especializado de ingredientes	Atiende fabricantes de alimentos, bebidas y suplementos en Australia y Nueva Zelandia
Fabricantes nacionales	Compradores directos o mediante distribuidores	Mondelez, Mars Wrigley, Nestlé, Ferrero, procesadores medianos y marcas artesanales
Importadores especializados	Importación y distribución de marcas y productos terminados	Distribuyen chocolates europeos, británicos, asiáticos, americanos, premium y de nicho

Cargill Australia es uno de los actores más relevantes en ingredientes industriales. La empresa declara que comercializa productos de cocoa y chocolate en el mercado australiano y ofrece soluciones para manufactura y food service. Su portafolio incluye chocolates oscuros, con leche y blancos, compuestos, manteca de cacao, licor de cacao y productos con diferentes porcentajes de cacao, perfiles de pH y contenido de grasa.

Para un exportador peruano de pasta, manteca o cacao en polvo, Cargill puede ser un potencial comprador, competidor o canal de acceso indirecto. Sin embargo, estos grandes grupos suelen operar con proveedores aprobados, programas globales de abastecimiento, auditorías de calidad, volúmenes mínimos, especificaciones rigurosas y contratos de largo plazo.

Barry Callebaut también es un actor prioritario del canal B2B. La adquisición de GKC Foods le otorgó presencia directa en Australia, con capacidad de fabricación de chocolate, recubrimientos y rellenos para clientes industriales. Este tipo de empresa demanda productos técnicamente consistentes y puede requerir certificaciones, análisis por lote, trazabilidad, documentación de sostenibilidad y capacidad de suministro regular.

AAK Australia participa especialmente en grasas especiales para alimentos. Su presencia es relevante para la manteca de cacao y sus sustitutos, equivalentes y reemplazantes, utilizados en coberturas, rellenos, confitería, cremas y productos de panificación. El directorio sectorial de la Australian Industry Group identifica a AAK Australia como importador y distribuidor de sustitutos de manteca de cacao, equivalentes de manteca de cacao y grasas especiales para chocolatería.

Hawkins Watts es un distribuidor especializado en ingredientes para alimentos, bebidas y suplementos, con presencia en Australia y Nueva Zelanda. Este tipo de distribuidor es especialmente relevante para empresas peruanas que no alcanzan los volúmenes, capacidad financiera o estructura comercial necesarios para negociar directamente con multinacionales. Hawkins Watts combina suministro de ingredientes, asesoría técnica y apoyo de innovación para clientes industriales, lo cual puede facilitar la incorporación de cacao en polvo, pasta, nibs o ingredientes diferenciados en nuevos desarrollos de producto.

Importadores y distribuidores de chocolate terminado

Para productos de retail, el canal se encuentra más fragmentado. Además de las filiales locales de multinacionales, existen importadores y distribuidores que introducen chocolates europeos, británicos, americanos, asiáticos y gourmet, para abastecer supermercados, tiendas de conveniencia, confiterías, cadenas de regalo, delicatessen y e-commerce.

Stuart Alexander & Co. es un ejemplo de importador, comercializador y distribuidor de marcas premium internacionales en las categorías de confitería, alimentos y bebidas. La empresa se presenta como una de las compañías privadas más antiguas y grandes de Australia en importación, marketing y distribución de marcas globales, y comercializa productos de confitería como Chupa Chups, Fisherman's Friends y Biscoff.

Lolly Direct es otro ejemplo de distribuidor especializado. Importa y distribuye confitería y chocolate británico, incluidos productos de Cadbury UK, Galaxy y Nestlé, y abastece comercios minoristas, tiendas de esquina, supermercados y tiendas especializadas a nivel nacional.

Stellar Distribution opera como mayorista de productos importados y ofrece chocolates de distintas procedencias internacionales. Este tipo de operador es relevante para marcas peruanas que busquen una entrada gradual en retail especializado, tiendas étnicas, regalos y comercio electrónico, sin asumir inicialmente el costo de una estructura comercial propia.

Los importadores de productos terminados evalúan, además del sabor y precio, la vida útil, estabilidad en clima cálido, diseño de empaque, cumplimiento de etiquetado, rotación esperada, margen comercial, código de barras, dimensiones de caja máster, capacidad de reposición y presupuesto para promoción.

Canales y puntos de venta

Supermercados y grandes minoristas

Los supermercados son el canal dominante para chocolates y confitería de consumo masivo. Woolworths, Coles y ALDI concentran la mayor visibilidad para barras, tabletas, chocolates en

bloque, bombones, chocolates de Pascua, confitería, productos sin azúcar, snacks y marcas propias.

Estos minoristas tienen un fuerte poder de negociación debido a su escala, capacidad de fijar condiciones comerciales, cobro por ubicación en góndola, programas promocionales, exigencias de abastecimiento y desarrollo de marcas privadas. Los grandes supermercados pueden negociar directamente con fabricantes y reducir la participación de intermediarios, lo que presiona a mayoristas y distribuidores tradicionales.

El canal de supermercados es adecuado para productos que cumplen simultáneamente cinco condiciones:

- Precio competitivo y margen suficiente para retail.
- Abastecimiento continuo y capacidad de reposición.
- Empaque y etiquetado plenamente adaptados a Australia.
- Vida útil adecuada para distribución nacional.
- Potencial de rotación y diferenciación frente a marcas ya posicionadas.

Para productos peruanos de alto valor, ingresar directamente a Woolworths o Coles puede ser difícil en la primera etapa. Una estrategia más viable suele consistir en ingresar mediante importadores especializados, cadenas premium, tiendas gourmet, plataformas online o pruebas regionales antes de negociar una distribución nacional.

Tiendas de conveniencia y estaciones de servicio

Las tiendas de conveniencia, estaciones de servicio, kioscos y comercios de cercanía son relevantes para el consumo de impulso. En estos puntos predominan barras individuales, chocolates pequeños, confitería, snacks y formatos de precio accesible.

El producto que funciona mejor en este canal debe tener rotación rápida, empaque atractivo, tamaño individual, precio competitivo, resistencia a manipulación y buena estabilidad térmica. Para chocolates premium peruanos, este canal puede ser limitado, salvo en formatos pequeños, barras de alto porcentaje de cacao, snacks de nibs, chocolates funcionales o productos dirigidos a consumidores que buscan indulgencia de mayor calidad.

Tiendas gourmet y especializadas

Las tiendas gourmet, delicatessen, chocolaterías, tiendas de regalos, mercados orgánicos, comercios de productos naturales y tiendas especializadas son canales particularmente atractivos para chocolates peruanos de origen, orgánicos, artesanales o de comercio justo.

En estos canales, la decisión de compra no depende únicamente del precio. El consumidor busca historia de origen, perfil sensorial, porcentaje de cacao, exclusividad, empaque, certificaciones, sostenibilidad y atributos culturales. Es el canal más apropiado para propuestas como:

- Chocolates oscuros con 60 %, 70 %, 80 % o más de cacao.
- Barras bean-to-bar de origen peruano.
- Chocolate elaborado con cacao fino de aroma.
- Cacao nativo amazónico o de zonas específicas del Perú.
- Productos orgánicos, veganos o de comercio justo.

- Chocolates combinados con ingredientes andino-amazónicos.
- Nibs, polvo de cacao premium y productos para repostería especializada.

Apromo Trading ilustra este segmento B2B gourmet. Distribuye chocolate de cobertura, ingredientes de pastelería y alimentos europeos de especialidad hacia chefs, hoteles, restaurantes, pastelerías, retail y servicios de catering, mediante una red de distribuidores regionales.

Food service y horeca

El canal food service abarca hoteles, restaurantes, cafeterías, panaderías, pastelerías, heladerías, caterings, instituciones y centros de eventos. En este segmento se comercializan principalmente cobertura de chocolate, pasta, polvo, manteca, chips, nibs, chocolate para bebidas, rellenos, toppings y productos para postres.

El cliente profesional compra en formatos industriales: sacos, cajas de bloques, bolsas de chips, tambores, cubetas o cajas con bolsa interior. Sus decisiones se basan en desempeño técnico, sabor, viscosidad, facilidad de templado, comportamiento en horno, estabilidad en vitrinas, rendimiento por receta, costo por porción y seguridad de suministro.

Este canal ofrece una buena oportunidad para cacao peruano en polvo, pasta, nibs y cobertura premium, especialmente si el proveedor puede demostrar un perfil sensorial distintivo y entregar documentación técnica completa. La entrada suele realizarse a través de distribuidores de ingredientes, mayoristas de food service o importadores especializados, más que directamente a miles de restaurantes o pastelerías.

Comercio electrónico y venta directa

El comercio electrónico tiene un papel creciente para productos premium y de nicho. Permite vender mediante marketplaces, tiendas propias, suscripciones, cajas de regalo, campañas estacionales y ventas directas a consumidores interesados en origen, salud y sostenibilidad.

Para una marca peruana, el e-commerce reduce la necesidad de obtener de inmediato presencia nacional en supermercados. Puede utilizarse para probar formatos, sabores, precio, comunicación de marca y respuesta del consumidor antes de una expansión física. Sin embargo, exige capacidad para administrar fulfillment local, devoluciones, servicio al cliente, costos de envío, marketing digital y cumplimiento de etiquetado.

Logística de ingreso

Puertos y puertas de entrada

Los principales puntos de entrada para alimentos, ingredientes y productos de cacao son los puertos de Melbourne, Sídney/Port Botany, Brisbane y Fremantle, además de los aeropuertos internacionales para carga aérea de alto valor o urgencia comercial.

El Puerto de Melbourne es especialmente importante para las importaciones destinadas a Victoria, Australia Meridional, Tasmania y parte del sudeste del país. Maneja más de un tercio del comercio nacional de contenedores y es el mayor puerto australiano de carga general y contenerizada.

La elección del puerto depende de la ubicación del importador, centro de distribución o cliente industrial:

Tabla 17: Principales puertos de Australia

Punto de entrada	Cobertura principal	Uso recomendado
Melbourne	Victoria, Australia Meridional, Tasmania y parte del sureste	Ingredientes y productos destinados a Melbourne, centros de distribución nacionales y clientes de Victoria
Port Botany, Sídney	Nueva Gales del Sur, ACT y este de Australia	Importadores con almacenes en Sídney, supermercados y distribución hacia NSW
Brisbane	Queensland y norte de Nueva Gales del Sur	Clientes industriales, retail y food service en Queensland
Fremantle, Perth	Australia Occidental	Distribución para Perth y mercados occidentales
Carga aérea: Sídney, Melbourne, Brisbane	Nacional	Muestras, lanzamientos, productos de alto valor, muestras comerciales y pedidos urgentes

Flujo logístico estándar

La secuencia logística marítima habitual para pasta, manteca, polvo, nibs, grano o chocolate es la siguiente:

1. El exportador peruano prepara el producto, realiza controles de calidad, acondiciona el embalaje y emite documentos comerciales.
2. La mercancía se consolida en contenedor completo —FCL— o carga consolidada —LCL—, según el volumen.
3. Se embarca desde un puerto peruano, normalmente Callao o Chancay, hacia Australia mediante rutas que suelen requerir transbordo en Asia, Nueva Zelandia u otros hubs logísticos.
4. Antes de la llegada, el importador australiano o su agente transmite información de carga, presenta la declaración de importación y confirma las condiciones BICON.
5. La carga llega al puerto de destino y queda bajo control aduanero y bioseguritario.
6. ABF y DAFF determinan si procede liberación documental, inspección física, muestreo, análisis de laboratorio, tratamiento o retención.
7. Después de la liberación, la carga se transporta a un almacén seco, depósito aduanero, centro de distribución, planta de fabricación o centro logístico del cliente.
8. Finalmente, el producto se despacha hacia el fabricante industrial, el distribuidor, el mayorista, el retail o el food service.

La correcta coordinación documental antes del embarque es crítica. Retrasos en etiquetas, facturas, certificados, permisos, origen preferencial o declaración de ingredientes pueden incrementar costos de almacenaje, demurrage, inspección y retención en puerto.

Tabla 18: Condiciones de transporte por producto

Producto	Condición logística recomendada	Riesgos que deben controlarse
Cacao en grano	Contenedor seco, limpio, ventilado y protegido de humedad	Insectos, infestación, condensación, mohos, olores, contaminación cruzada
Pasta de cacao	Bloques, bolsas, cajas o tambores; control de temperatura según formato	Fusión parcial, oxidación, contaminación, cambios de textura
Manteca de cacao	Cajas, bloques, tambores o tanques según volumen; temperatura controlada cuando sea necesario	Fusión, recristalización, oxidación, absorción de olores
Cacao en polvo	Sacos o bolsas multicapa con barrera; contenedor seco	Humedad, apelmazamiento, contaminación, rotura de sacos
Chocolate terminado	Contenedor seco con protección térmica o reefer cuando la estación y ruta lo exijan	Fusión, bloom graso o azucarado, deformación, cambios de color, daño de empaque

El chocolate es especialmente sensible a temperatura, humedad y fluctuaciones térmicas. Aunque no siempre requiere un contenedor refrigerado, el exportador debe evaluar la estación del año, puerto de llegada, duración de tránsito, exposición solar en terminales, tipo de embalaje, temperatura máxima admisible y sensibilidad del producto. Para productos premium con alto contenido de manteca de cacao, se recomienda considerar aislamiento térmico, *thermal liners*, control de temperatura o transporte refrigerado cuando el riesgo lo justifique.

Lineage y otros operadores especializados cuentan con instalaciones de almacenamiento y transporte a temperatura controlada en Victoria y Nueva Gales del Sur, ubicadas cerca de grandes puertos como Melbourne. Esto puede ser relevante para chocolates premium, productos sensibles al calor y operaciones que requieran una cadena controlada desde el puerto hasta el centro de distribución.

En síntesis, el canal industrial australiano ofrece oportunidades para pasta, manteca, polvo, nibs y grano diferenciado, mientras que el canal retail favorece chocolates premium, productos de origen, orgánicos, veganos y de comercio justo. El ingreso más viable para empresas peruanas suele ser mediante importadores-distribuidores especializados o proveedores de ingredientes, antes de intentar acuerdos directos con grandes supermercados o fabricantes multinacionales.

7. Contactos de interés

Comercio exterior y estadísticas

- International Trade Centre (ITC) – Trade Map- [Trade Map – International Trade Centre](#)
- United Nations Comtrade Database- [UN Comtrade Database](#)
- World Integrated Trade Solution (WITS) – World Bank- [WITS – World Bank](#)

Industria y mercado australiano

- IBISWorld- [IBISWorld – Chocolate & Confectionery Manufacturing in Australia](#)
- Australian Industry Group – Ai Group- [Australian Industry Group](#)
- Australian Food and Grocery Council – AFGC- [Australian Food and Grocery Council](#)
- Euromonitor International- [Euromonitor – Chocolate Confectionery in Australia](#)

Población y demanda

- Australian Bureau of Statistics – ABS- [ABS – National, State and Territory Population](#)
- Australian Bureau of Statistics – Consumo aparente de alimentos- [ABS – Apparent Consumption of Selected Foodstuffs](#)
- Australian Institute of Health and Welfare – AIHW- [AIHW – Profile of Australia’s Population](#)
- Australian Government – Population.gov.au- [Population.gov.au](#)

Requisitos de acceso

- Department of Agriculture, Fisheries and Forestry – DAFF - [DAFF – Importing Food into Australia](#)
- Biosecurity Import Conditions – BICON - [BICON – Biosecurity Import Conditions](#)
- BICON – Requisitos de inocuidad para cacao y productos de cacao. [BICON – Food Safety Requirements for Cocoa and Cocoa Products](#)
- Department of Agriculture, Fisheries and Forestry – Imported Food Inspection Scheme [DAFF – Inspecting and Testing Imported Food](#)
- Food Standards Australia New Zealand – FSANZ - [FSANZ](#)
- Australia New Zealand Food Standards Code - [Food Standards Code – Compilation](#)
- FSANZ – Ingredient Lists and Percentage Labelling - [FSANZ – Ingredients and Percentage Labelling](#)
- Australian Border Force – ABF - [Australian Border Force](#)
- Australian Competition and Consumer Commission – ACCC - [ACCC](#)

Tratado de Libre Comercio Perú–Australia

- Department of Foreign Affairs and Trade – DFAT - [DFAT](#)
- DFAT – Peru–Australia Free Trade Agreement (PAFTA) - [DFAT – Peru–Australia Free Trade Agreement](#)

- DFAT – PAFTA Chapter 3: Rules of Origin and Origin Procedures - [DFAT – PAFTA Rules of Origin](#)
- Australian Border Force – Peru Free Trade Agreement - [ABF – Peru Free Trade Agreement](#)

Empresas y proveedores industriales

- Barry Callebaut - [Barry Callebaut](#)
- Cargill Australia - [Cargill Australia – Cocoa & Chocolate](#)
- ofi – Olam Food Ingredients - [ofi – Olam Food Ingredients](#)
- Hawkins Watts Australia - [Hawkins Watts Australia](#)
- AAK Australia - [AAK Australia](#)
- The Cocoa Provider - [The Cocoa Provider – Wholesale Cacao](#)
- P.E. Foods - [P.E. Foods – Chocolate and Ingredients](#)

Distribuidores, food service y retail especializado

- Chefs' Warehouse Australia - [Chefs' Warehouse – Couverture Chocolate](#)
- Candy Bar Sydney - [Candy Bar Sydney – Couverture Chocolate](#)
- The Essential Ingredient - [The Essential Ingredient – Couverture & Cocoa](#)
- Apromo Trading - [Apromo Trading – Distributors](#)
- Stuart Alexander & Co. - [Stuart Alexander – Wholesale Confectionery](#)
- Lolly Direct - [Lolly Direct – British Chocolate Supplier](#)
- Stellar Distribution - [Stellar Distribution](#)

Logística y puertos

- Port of Melbourne - [Port of Melbourne](#)
- Port of Melbourne – CY25 Trade in Review - [Port of Melbourne – Trade in Review](#)
- Infrastructure Australia – Maritime Ports - [Infrastructure Australia – Maritime Ports](#)
- Lineage Australia - [Lineage Australia](#)
- Harders Australia - [Harders Australia – Food and Perishables Logistics](#)

