

Oportunidades No Aprovechadas para Perú en China



Existe un potencial de crecimiento para la exportación de chocolates a China, puesto que, entre 2019 y 2023, esta economía importó dinámicamente desde el mundo con un crecimiento promedio anual de 12.3%. A pesar de que Perú exporta exitosamente este producto, sólo tiene una participación de 0.002% en el mercado chino.

Mercado de chocolate en China

1. Importaciones de China

✓ Información general

En 2023, China importó chocolates por US\$ 110.7 millones, lo que significó un crecimiento de 11.5% respecto al 2022. Entre 2019 y 2023, la tasa de crecimiento promedio anual fue de 12.3%.

✓ Principales proveedores

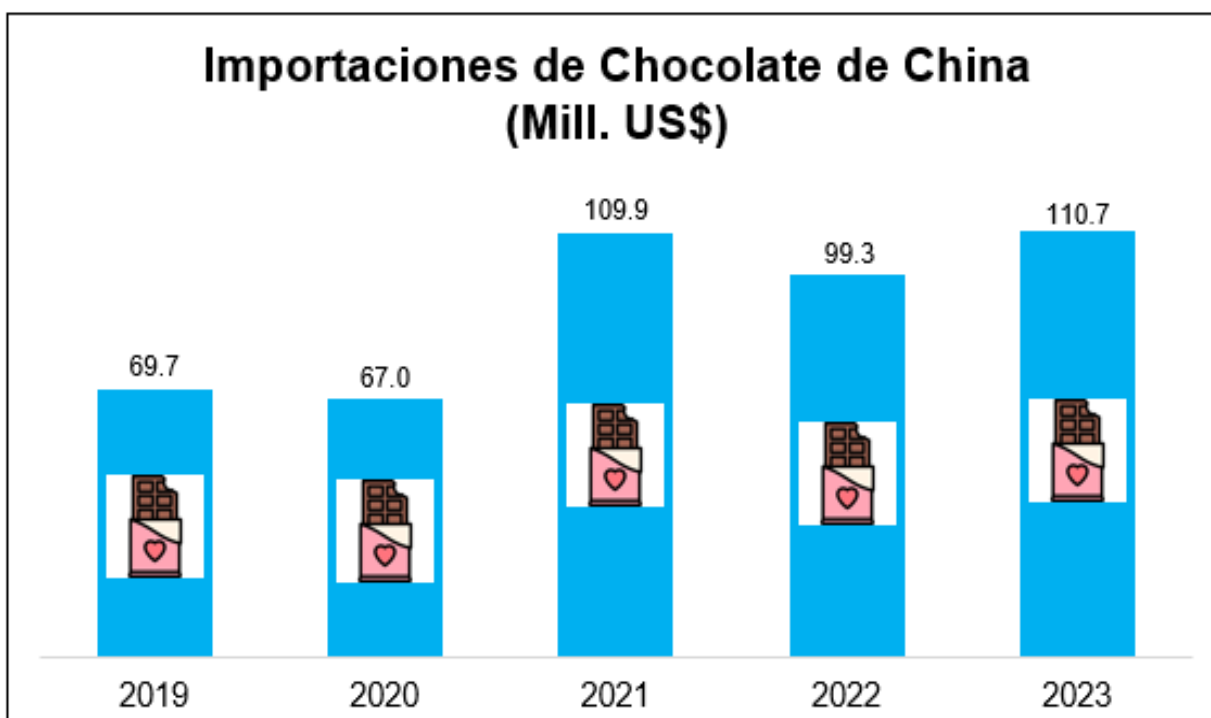
Suiza, Malasia, Bélgica, Alemania y Rusia fueron los 5 principales abastecedores de chocolates importados por China y acumularon el 67.0% del valor total en 2023.

Suiza lideró el aprovisionamiento de chocolates a China (24.1% del valor importado total de este mercado). Los envíos suizos en 2023 alcanzaron los US\$ 26.7 millones (+11.3% frente al 2022). En el periodo 2019-2023, los envíos de chocolate suizos a China aumentaron a una tasa promedio anual de 29.1%.

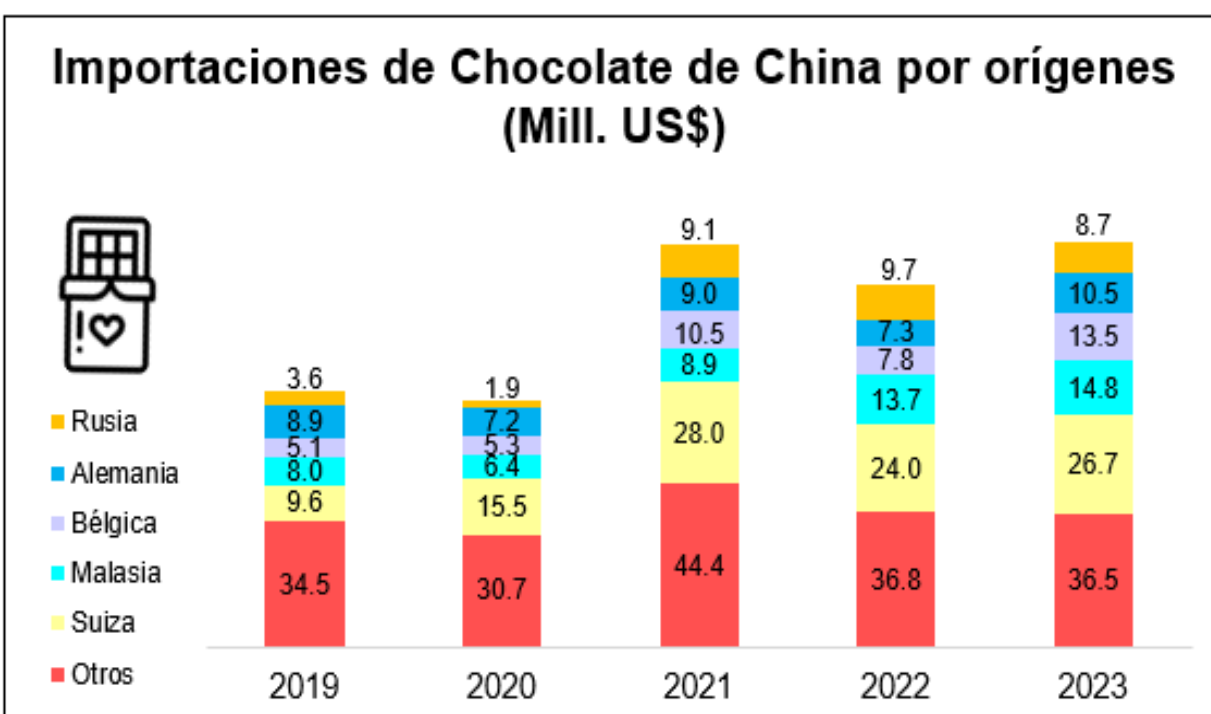
Malasia fue el segundo abastecedor de chocolates a China en 2023 (US\$ 14.8 millones o 13.4% del valor total importado) y tuvo un incremento de sus envíos de 8.0% frente al 2022. En los años de estudio (2019-2023), las exportaciones anuales crecieron 16.6%.

El tercer proveedor de chocolates a China fue Bélgica (US\$ 13.5 millones o 12.2% del valor total importado), el cual incrementó significativamente sus envíos en 73.1% frente al 2022, siendo la economía que registró mayor crecimiento en el último año (de los 5 principales proveedores). En promedio, aumentó 27.6% entre 2019 y 2023.

En cuanto al pago de arancel para las importaciones de chocolates de China, el arancel general es de 10%. De los 5 principales proveedores de China, Suiza y Malasia cuentan con un arancel preferencial de 0%. Perú también cuenta con el mismo arancel preferencial para su ingreso a China.



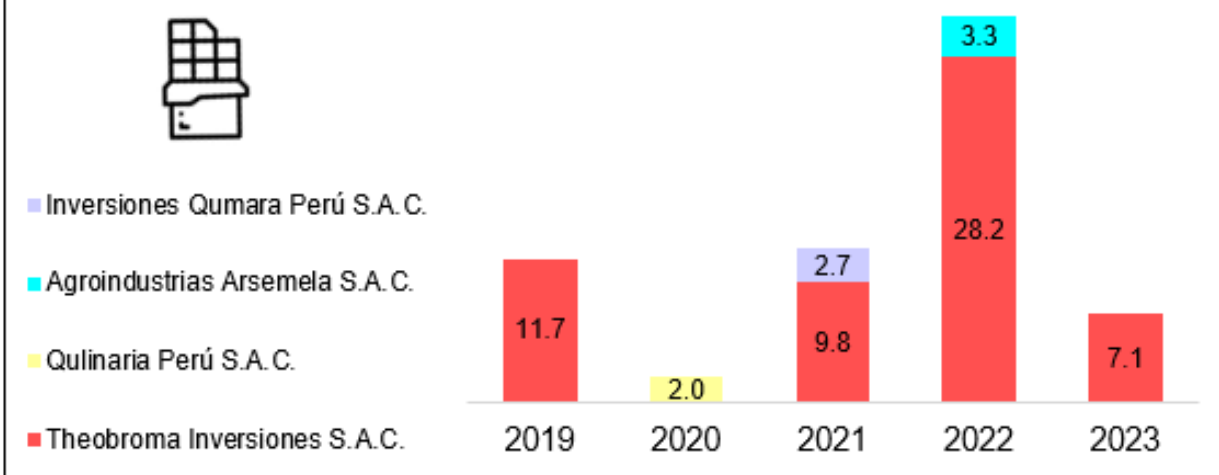
Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map

⁽¹⁾ El presente análisis se basó en la subpartida armonizada 180632: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, con peso <= 2 kg, sin rellenar.

Exportaciones peruanas de Chocolates a China por empresas (Mil. US\$)



Fuente: Aduanas Perú

Aranceles para Chocolates en China

Países	General	Preferencial
Suiza	10%	0%
Malasia		0%
Bélgica		-
Alemania		-
Rusia		-
Perú		0%

Fuente: Market Access Map

✓ Exportaciones de Perú

En el caso peruano, los envíos de chocolates a China alcanzaron los US\$ 7.1 mil en 2023 (-77.4% frente al 2022). En el periodo de estudio (2019-2023), los valores exportados de chocolates peruanos a China tuvieron una disminución promedio anual de 11.7%.

En cuanto a empresas, solo Theobroma Inversiones S.A.C. realizó exportaciones de chocolates desde Perú hacia China en 2023, con una caída de 74.7% frente a 2022.

2. Exportaciones de China

En 2023, las exportaciones totales de chocolates chinos al mundo alcanzaron los US\$ 35.6 millones (+14.1% respecto al 2022). Sin embargo, entre 2019 y 2023, la variación promedio anual de las exportaciones en valor fue de -5.3%.

El principal destino de los envíos chinos de chocolates fue Estados Unidos (16.3% del valor total), por un valor de US\$ 5.8 millones en 2023.

El saldo comercial chino (exportaciones FOB menos importaciones CIF) para los chocolates resultó negativo en todos los años del periodo analizado (2019-2023) y alcanzó los - US\$ 75.1 millones en 2023.

3. Oportunidad en el mercado

Panorama general

Perú no solo exporta insumos básicos como el cacao en grano o manteca de cacao al mundo, sino que ha logrado expandir su oferta a productos de mayor valor agregado como el chocolate. Perú registró exportaciones de la subpartida nacional 1806320000 (chocolates y sus preparaciones en bloques, sin rellenar) al mundo por US\$ 32.7 millones en 2023, siendo distribuidos entre 27 mercados y 63 empresas (Adex Data Trade, 2024).

Por otro lado, China fue el décimo cuarto importador mundial de chocolates en 2023 (US\$ 110.7 millones) y segundo a nivel de Asia.

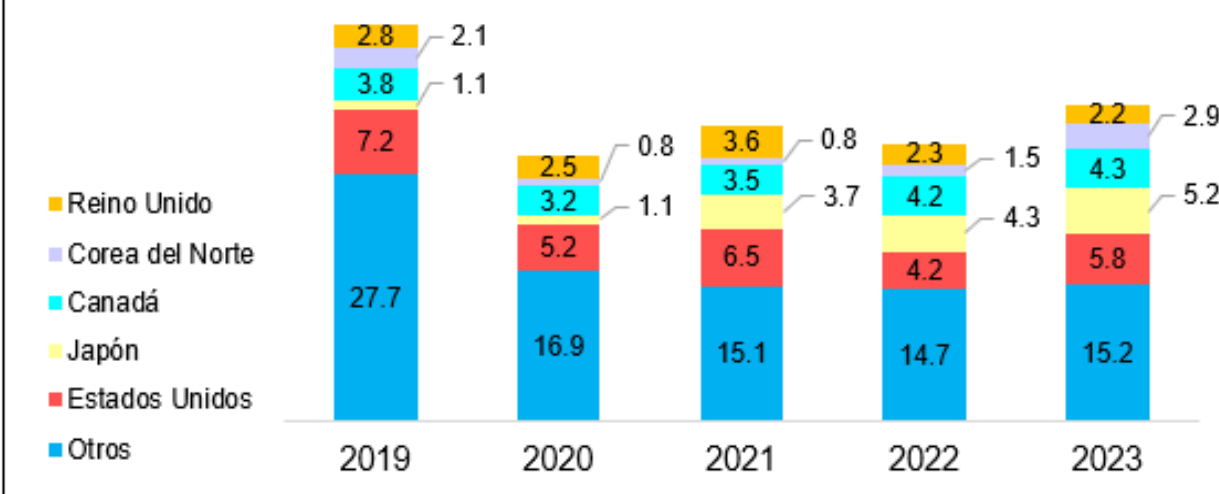
Aunque China (0.2kg⁽²⁾) de consumo per cápita en 2022) se encuentra por detrás de Estados Unidos y Suiza en cuanto al consumo de chocolate, la demanda no ha dejado de aumentar en los últimos años (+12.3% de importaciones de chocolate sin rellenar entre 2019 y 2023). Este creciente interés se debe, en gran medida, a la expansión de las marcas internacionales en China, lo que ha facilitado el aumento del consumo de chocolate en un mercado donde anteriormente era poco común.

Según estimaciones de Statista (2024), el mercado de confitería de chocolate en China alcanzaría los US\$ 5.4 mil millones en 2024, con una tasa de crecimiento promedio anual de 4.0% entre 2024 y 2028, y estaría alcanzando los US\$ 6.3 mil millones en 2028.

Canales de comercialización del chocolate en China

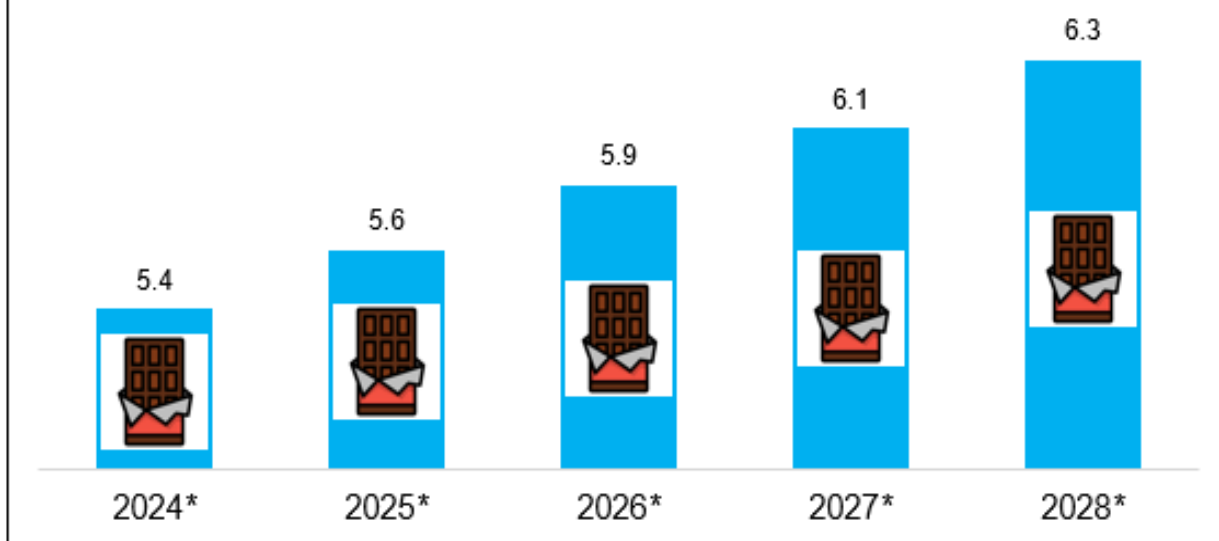
A nivel de los canales de distribución de chocolate en China, el principal segmento son los supermercados e hipermercados, con una concentración en valor de 41.9% en 2023. Se espera que esta participación aumente debido a la

Exportaciones de Chocolate de China por destinos (Mill. US\$)



Fuente: Trade Map

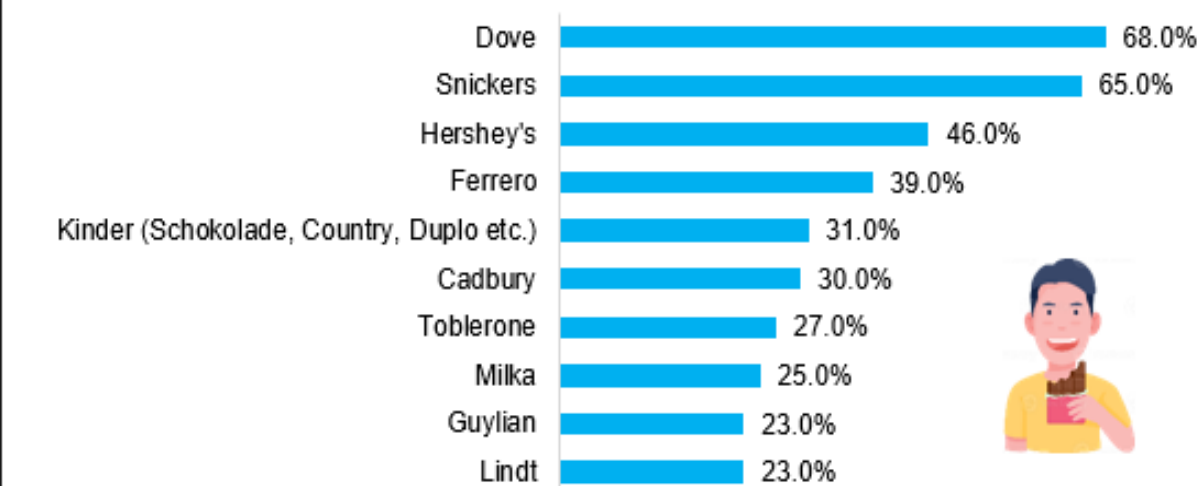
Ventas de Confitería de Chocolate en China (Mil. Mill. US\$)



*Estimado.

Fuente: Statista / Statista Consumer Market Insights

Marcas líderes de Chocolate en China 2021 (% Part. consumo de encuestados)



Fuente: Statista

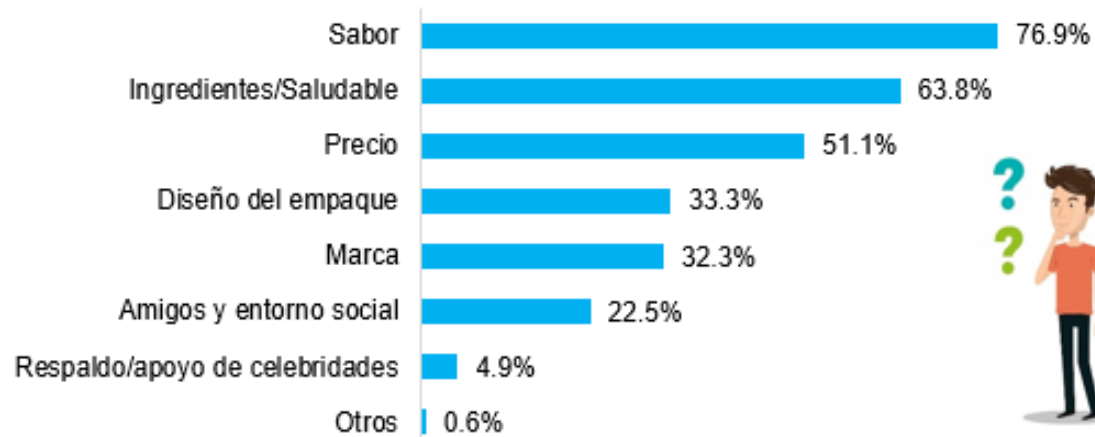
(2) Fuente: Statista

Principales Snacks comprados por los consumidores en China 2021 (% Part. consumo encuestados)



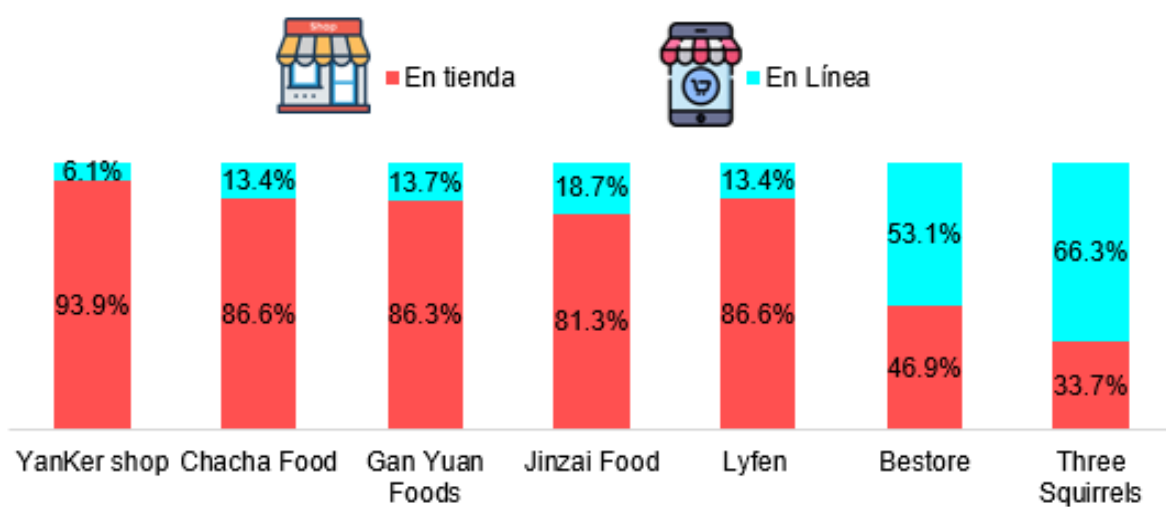
Fuente: Statista / iiMedia Research

Factores principales para elegir Snacks en los consumidores de China 2021 (% Part. consumo de encuestados)



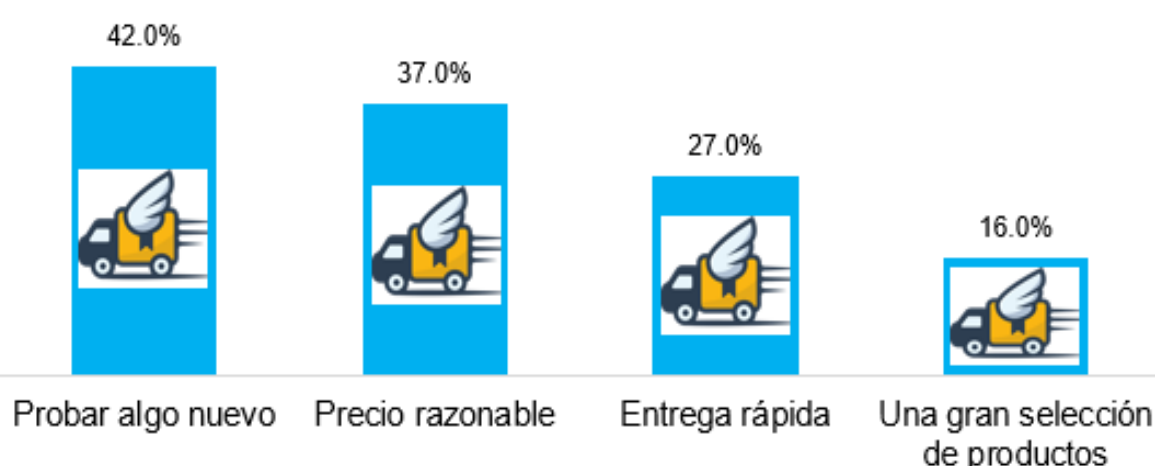
Fuente: Statista / iiMedia Research

Participación de canales de ventas de Snacks en China 2021, por principales compañías (% part.)



Fuente: Statista / Chinabaogao.com / Reportes financieros de varias compañías

Principales razones para comprar Snacks en plataformas de Comercio Express⁽³⁾ en China 2022 (% Part. consumo de encuestados)



(3) Cuya entrega se efectúe en tiempos muy cortos (en promedio 30 minutos).

Fuente: Oficina Comercial de Perú en Taipei – Taiwán

amplia oferta de chocolates en las tiendas, en especial, por el incremento de opciones innovadoras de chocolate.

Las tiendas minoristas en línea serían el canal de mayor crecimiento (con un aumento proyectado del 4.9% entre 2024 y 2030), gracias a la conveniencia de la experiencia de compra y al creciente número de minoristas que participan en este espacio.

Marcas y compañías

En cuanto a las marcas de chocolate líderes en China, según una encuesta realizada por Statista en 2021, la marca Dove fue la más comprada, con una participación del 68% del total de encuestados. Además, Snickers y Hershey's también fueron populares entre los consumidores chinos, con participaciones de compra de 65.0% y 46.0%, respectivamente.

A nivel de compañías, Mars es el mayor fabricante de chocolates en China (acumuló el 38.0% del mercado chino de chocolates en 2022), a través de la venta de marcas como Dove, Snickers, entre otras. Su liderazgo se atribuye a una variada oferta de productos que se ajustan a las diferentes preferencias de los consumidores y a la creación de una sólida red de distribución (tanto en áreas urbanas como rurales) que asegura una amplia disponibilidad en supermercados, tiendas de conveniencia y plataformas en línea (Mordor Intelligence, 2024).

Consumidor chino

El mercado del chocolate en China se puede dividir en diferentes categorías de confitería: chocolate negro, chocolate con leche y chocolate blanco. El chocolate negro representa el segmento más grande (63.9% de la participación en valor en 2023). Según Mordor Intelligence (2024), se estima que la creciente demanda por chocolates bajos en grasa y sin azúcar, impulsada por una mayor conciencia sobre la salud, fomentará el crecimiento del chocolate negro, proyectándose un aumento promedio anual del 4.8% entre 2024 y 2030.

La innovación juega un papel clave en este mercado, impulsada por un consumidor chino en busca de experiencias nuevas y emocionantes. Los consumidores en China muestran un gran interés por productos con texturas y sabores únicos. Un ejemplo de ello es una chocolatería local que utiliza especias tradicionales chinas, como la pimienta de Sichuan, en sus chocolates. Además, la exclusividad es un factor importante, con una alta demanda por chocolates de edición limitada que combinan lujo y una experiencia única.

Según una encuesta realizada en 2021⁽⁴⁾, el sabor es el principal criterio de los consumidores chinos al comprar un snack, seguido por los ingredientes saludables. Para adaptarse a estas preferencias, marcas como Mars han incorporado sabores locales, como el té verde Matcha, en sus chocolates. De manera similar, Dove ha lanzado chocolates con sabores de durián, mango y yogurt, mientras que M&M ha optado por una variante picante, aprovechando la popularidad de ello en la gastronomía china.

El mercado del chocolate en China está fuertemente influenciado por las compras en ocasiones especiales. En China, los momentos clave para una alta demanda de chocolates son el Año Nuevo Chino, el Día de San Valentín y las bodas.

Además, el interés por el chocolate en China va más allá del gusto, abarcando también preocupaciones sobre la salud y la sostenibilidad. Esto se refleja en la creciente demanda por chocolates con beneficios funcionales que mejoran el bienestar mental (estado de ánimo y reducción del estrés y ansiedad), así como por opciones veganas y de origen vegetal.

(4) Fuente: Statista / iiMedia Research