

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
ExteriorOficina Comercial en
Colombia

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA
FICHA MERCADO PRODUCTO
CACAO EN POLVO**

1. Nomenclatura arancelaria

1805.00.00.00

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Cacao en polvo

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros).

Posición Arancelaria	1805.00.00.00
Producto	Cacao en polvo sin adición de azúcar ni otro edulcorante
Arancel General	10%
Arancel para Perú	0%
IVA	19%
Vistos buenos	Requiere Registro Sanitario cuando sean importados en presentaciones comerciales listas para su consumo, excepto cuando se importa sin marca para el sector gastronómico o como materia prima para a la industria de alimentos de consumo humano y medicamentos.
Registro de Importación	<p>El registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es obligatorio exclusivamente para las importaciones de bienes de libre importación que requieran requisito, permiso o autorización.</p> <p>Las importaciones de los productos sometidos al cumplimiento de reglamento técnico que exija solamente etiquetado o si el reglamento técnico permite para el producto regulado la utilización en forma permanente de la declaración de conformidad</p>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Dirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
Exterior

Oficina Comercial en
Colombia

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

	<p>del proveedor en los términos y condiciones de la norma técnica colombiana NTC-ISO/IEC 17050 (partes 1 y 2), no requieren de la obtención del registro de importación ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p> <p>Los registros de importación serán válidos por un término de seis (6) meses, contados a partir de la fecha de su aprobación. Los registros que amparen bienes de capital, tendrán un término de validez de doce (12) meses, excepto en los casos en que el documento o visto bueno expedido por otra entidad, como soporte a la importación, tenga una vigencia especial, caso en el cual se establecerá la validez del registro acorde con dicha vigencia.</p> <p>En las solicitudes de registro y de licencia de importación deberán describirse las mercancías en forma tal que su identificación sea clara, precisa e inequívoca, anotando por consiguiente su nombre comercial, nombre técnico o científico, marca, modelo, tamaño, materiales de construcción, usos, características técnicas o aquellas que le sean aplicables de acuerdo con su naturaleza.</p> <p>En las solicitudes de registro y de licencia de importación como parte de la descripción de las mercancías, deberá indicarse el año de fabricación y especificar si se trata de mercancía nueva, saldos o productos en condiciones especiales de mercado con su respectiva característica o desperdicios, residuos, desechos o chatarra.</p>
<p>Descripción Mínima</p>	<p>Producto: Ejemplo: cacao, aceite de cacao, chocolate, etc.</p> <p>Grado de Elaboración: Ejemplo: crudo, refinado, rellenos, sin adición de azúcar, etc.</p> <p>Forma de presentación: Ejemplo: polvo, líquido, tableta, bloque, etc.</p> <p>Marca: Si tiene.</p>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Dirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
Exterior

Oficina Comercial en
Colombia

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

4. Tendencias de mercado VBC

En Colombia, las importaciones de cacao en polvo se dirigen principalmente a las industrias de chocolatería, galletería dulce y panadería. En este sentido la demanda del producto está altamente relacionada con las tendencias de estas industrias.

En cuanto a la industria de chocolatería es importante destacar que a pesar de las dificultades que el COVID-19 representó para otros sectores, la pandemia ha tenido un impacto limitado sobre la industria de chocolatería en Colombia. Si bien se podía esperar un impacto sobre las ventas del producto debido al cierre de colegios y cuarentenas estrictas, los colombianos siguieron buscando y comprando chocolates como un producto que ayudaba a hacer más llevadera la situación como un producto de indulgencia.

Esta situación también se ve reflejada en el aumento de ventas de chocolates con juguetes, que muchos padres empezaron a incluir en sus compras como una forma de buscar alternativas que hicieran más fácil el encierro para los niños.

En términos de categorías es importante mencionar que los chocolates premium se encuentran en una etapa temprana de desarrollo pero que vienen presentando un rápido crecimiento, en este mismo sentido productos que combinan ingredientes u ofrecen un sabor único o especial están teniendo grana acogida entre los consumidores. De igual manera en línea con las tendencias de consumo más saludable los productos con mayor porcentaje de cacao, reducidos en azúcar, o veganos están ganando terreno.

Por otra parte, en el sector de panadería y galletería dulce se enfrentó durante el 2020 una situación particular. Por un lado, la panadería enfrentó el cierre temporal de muchos establecimientos tradicionales de venta de este producto que generalmente representan el mayor porcentaje de ventas, lo que brindó una oportunidad para la panadería empacada.

Así mismo tanto la galletería dulce como la panadería se encontró un consumidor que estaba más preocupado por su salud y en particular que empezó a percibir la obesidad como un riesgo para su salud por lo que empezó a buscar alternativas más saludables. Sin embargo, al mismo tiempo los colombianos estaban buscando comida que proporciona confort lo que llevó a un aumento de los productos dulces como los ponqués (cakes) que casi duplicaron sus ventas durante el 2020, en particular la categoría de empacados. En este sentido el cacao en polvo que suele ser un insumo de la repostería y panadería tuvo que inclinarse hacia la industria de alimentos procesados que ofrecen productos empacados para cubrir la caída en ventas de las panaderías tradicionales.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
ExteriorOficina Comercial en
Colombia*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”***5. Principales puntos de ingreso del producto al mercado**

Transporte	Valor CIF USD	Participación
Marítimo	\$9.661.933,38	97.22 %
Terrestre	\$22.574,51	2.24 %
Aéreo	\$53.424,54	.54 %

Aduana	Valor CIF USD	Participación
Buenaventura	\$ 7.434.241,56	74,81%
Cartagena	\$2.227.007,91	22,41%
Bogotá	\$240.017,71	2,42%
Ipiales	\$28.023,36	0,28%
Cali	\$8.641,89	0,09%
Total	\$9.937.932,43	100%

Fuente: DANE-DIAN**6. Estacionalidad de la producción local**

Colombia es reconocido por ser uno de los países productores de cacao en el mundo. Actualmente, cuenta con aproximadamente 176.000 hectáreas sembradas de cacao en más de 30 departamentos. Su crecimiento es indudable, pues en los últimos años ha incrementado un 40%.

De acuerdo con las últimas cifras reportadas por Fedecacao, el cacao colombiano registró un buen crecimiento en producción durante el año cacaotero que inició en el mes de octubre de 2019 y finalizó en septiembre de 2020, evidenciando una producción de 64.281 toneladas de grano seco, la segunda más alta después del 2016-2017, cuando se registraron 64.325 toneladas.

Este registro deja ver un importante crecimiento, pasando de 58.633 toneladas en el año cacaotero 2018-2019, a 64.281 toneladas en el periodo 2019-2020.

En términos de zonas de producción, este fruto se da en 422 municipios de 30 departamentos del país, siendo los cinco principales departamentos Santander, Antioquia, Arauca, Huila y Tolima quienes suman el 72% de la producción nacional.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Dirección de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Oficina Comercial en Colombia

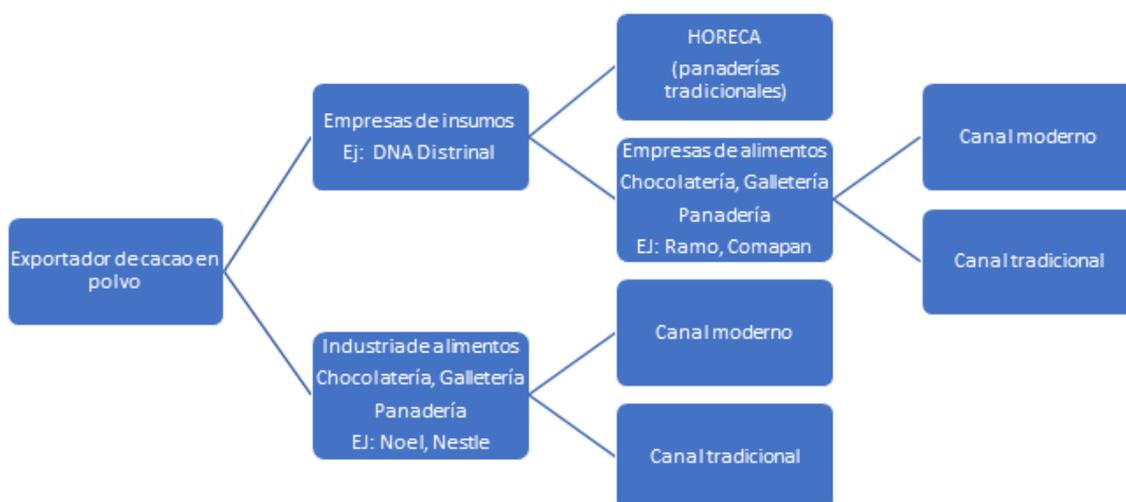
*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

En relación con la estacionalidad, el año cacaotero cuenta con dos picos de producción, uno que se genera entre los meses de abril y mayo, y otro en los meses de noviembre, diciembre y enero.

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (los principales actores en cada eslabón de la cadena).

La cadena de distribución para el cacao en polvo importado en Colombia tiene dos puntos de entrada principales. Al ser un producto que se usa como materia prima en la industria de alimentos, los exportadores pueden optar por vender directamente a empresas productoras de alimentos de las industrias de chocolatería, galletería y panadería. Por otra parte, en el mercado también hay empresas dedicadas a la compra de insumos/ materias primas que posteriormente distribuyen a canal HORECA y a otras empresas de alimentos que no importan de forma directa.

A continuación, se presenta un diagrama de la cadena



8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- Precio: al Colombia ser un país que también es productor de cacao y con un competidor directo y cercano como Ecuador el precio se convierte en un factor importante por parte de los importadores para la selección de proveedores
- Calidad: la materia prima tiene un impacto directo sobre la calidad del producto final por lo que un insumo de alta calidad será un criterio clave al momento de seleccionar un proveedor

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
ExteriorOficina Comercial en
Colombia

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

- Abastecimiento: empresas que puedan brindar un abastecimiento continuo durante el año de acuerdo con los requerimientos de la empresa
- Otros productos asociados: si la empresa tiene otros productos derivados de cacao que también sean demandados por la industria como manteca o licor, esto puede representar una ventaja frente a otros proveedores porque permite consolidar con una sola empresa más de un requerimiento

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Perú ocupa dentro de las importaciones colombianas de cacao en polvo el puesto número 2 con una participación del 21,55%

País de origen	Valor CIF	Participación
Perú	\$2.141.564,28	21,55%

Para el año 2020 la empresa peruanas que tuvieron participación en el mercado colombiano fueron :

EXPORTADOR	VALOR CIF	PARTICIPACIÓN
Machu Picchu Foods S.A.C	\$1849118,8	86,34%
Cacao El Rey Industrias Sociedad Anónima Cerrada	\$137150,81	6,40%
Exportadora Romex S.A	\$107297,67	5,01%
Inca S.A.C. Cacao El Rey Industrias Sociedad Anónima Cerrada	\$47997	2,24%

Meses de mayor demanda del producto peruano

MES	VALOR CIF USD	PARTICIPACIÓN
Enero	\$5195027	2,43%
Febrero	\$11641502	5,44%
Marzo	\$30741851	14,35%

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
ExteriorOficina Comercial en
Colombia

*“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

Abril	\$20517848	9,58%
Mayo	\$52650943	24,59%
Junio	\$31090877	14,52%
Julio	\$17693749	8,26%
Agosto	\$19820756	9,26%
Septiembre	\$7096642	3,31%
Octubre	\$15037591	7,02%
Noviembre	\$2669642	1,25%
Total	\$214156428	100,00%

Fuente: DANE-DIAN

Para el año 2020 las empresas colombianas que mayor compras realizaron del Perú fueron: Distribuidora Nacional Multiactiva, DNA Distrinal, Factores y mercadeo, Girones, Grupo Alimenticio Alba del Fonce, Ingredientes y Productos Funcionales y Nestlé

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- **Alimentec**

Es el escenario adecuado para fortalecer la imagen de su empresa, posicionar su marca, lanzar nuevos productos y presentar las nuevas tendencias en la industria. Interacción con el canal institucional debido a la participación de misiones comerciales, distribuidores nacionales e internacionales, mayoristas y especialistas. Posibilidad de participar en las reuniones B2B con los compradores locales de conformidad con las necesidades del mercado colombiano.

- **Agroexpo**

Es el certamen del sector agropecuario más importante de Colombia, Centroamérica y el Caribe y uno de los más representativos en Latinoamérica.

La feria nació en 1977 bajo la dirección de Corferias, se convirtió entonces en la primera plataforma del sector agropecuario del país. Agro expo se ha realizado de forma bienal siendo el evento en donde el Agro colombiano se reúne en un solo escenario para fortalecer el intercambio comercial, actualización y fortalecimiento del campo en Colombia.

- **Expoalimentos**



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Dirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
Exterior

Oficina Comercial en
Colombia

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Es el encuentro especializado para la industria de alimentos y bebidas, en el cual, se llevan a cabo espacios de actualización, relacionamiento y oportunidades de negocio entre los proveedores del sector de alimentos y las industrias procesadoras. En este evento anual, se reúnen más de 100 expositores para ofrecer soluciones y servicios especializados para la industria, además de contar con 4 agendas académicas con más de 30 conferencistas nacionales e internacionales.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoDirección de las Oficinas
Comerciales del Perú en el
ExteriorOficina Comercial en
Colombia

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Razón Social del Importador	País de Origen	Promedio de Precio CIF USD Kg Neto
ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.	ESPAÑA	4,47
BIMBO DE COLOMBIA S.A.	ESPAÑA	2,91
C I QUIMICA AROMATICA ANDINA S.A.	ITALIA	8,48
C.I MIPYMES LOGICTRADE S.A.S	CHINA	1,10
C.I. ALLIANCE S.A.	CHINA	1,10
CAFIESA COLOMBIA SAS	ECUADOR	2,23
COLOMBINA DEL CAUCA S A	BRASIL	3,17
	URUGUAY	6,01
COLOMBINA S.A.	BRASIL	2,85
COMPANIA DE GALLETAS NOELS.A.S.	BRASIL	3,25
	ESPAÑA	2,65
CONGRUPO S.A.	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	10,25
DELICIAS LIBANESAS S.A.S.	LIBANO	0,17
DISTRIBUIDORA NACIONAL COOPERATIVA MULTIACTIVA	ECUADOR	2,17
	PERU	1,89
	CHINA	1,16
DNA DISTRINAL S.A.S.	ECUADOR	2,09
	PERU	2,03
EXCELLENCE CULINAIRE, JOYERIA GASTRONOMICA SAS	ECUADOR	9,87
FACTORES Y MERCADERO S. A.	ECUADOR	1,97
	PERU	3,06
FLEISCHMANN FOODS S.A.	PERU	2,59
GASEOSAS POSADA TOBON S A	ESPAÑA	2,66
GIRONES S.A.	PERU	1,77
GRUPO ALIMENTICIO ALBA DEL FONCE S.A. S.	CHINA	1,35
	PERU	1,63
IAB GROUP S.A.S	BRASIL	1,37
INDUSTRIAL TAYLOR S A S	PAISES BAJOS (HOLANDA)	3,25
INDUSTRIAS J MONTES LTDA	CHINA	1,79
INGREDIENTES Y PRODUCTOS FUNCIONALES S .A. S.	PERU	1,89
ITALGELS.A.S	ITALIA	7,60
KELLOGG DE COLOMBIA S.A.	BRASIL	4,60
MEALS MERCADEO DE ALIMENTOS DE COLOMBIA S A S	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	2,83
	INDIA	2,81
	INDONESIA	2,85
MOUNTAIN FOODS.A.S.	ECUADOR	1,70
NESTLE DE COLOMBIA S.A	ECUADOR	2,30
	PERU	2,69
OMNILIFE MANUFACTURA DE COLOMBIA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPL	BRASIL	8,41
OPERADOR LOGISTICO J & G SAS	INDONESIA	1,08
PARMALAT COLOMBIA LTDA	BRASIL	8,31
PEPSICO ALIMENTOS Z.F. LTDA	MEXICO	3,73
PREGEL COLOMBIA LTDA	ITALIA	6,81
PRODUCTOS ALIMENTICIOS SANTILLANA S A	MALASIA	2,44
PRODUCTOS NATURALES DE LA SABANA S.A.	PAISES BAJOS (HOLANDA)	4,12
PRODUCTOS RAMO S.A.	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	4,20
RICH DE COLOMBIA S.A.S.	PAISES BAJOS (HOLANDA)	3,58
SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO Y CIA S. A.	PERU	1,97
CASA LUKER S. A.		
T-VAPAN 500 S.A.	ESPAÑA	2,11
UNION COMERCIAL ROPTIE S.A.	ESPAÑA	4,07