

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Houston	1.2. Fecha	05/09/2023
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	David Marty	
	Cargo	Especialista de Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Cacao en grano		
2.2 Nomenclatura arancelaria	18010000 Harmonized System Code COCOA BEANS, WHOLE OR BROKEN, RAW OR ROASTED		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Cacao beans		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>El cacao en grano tostado es un producto de la Categoría de Riesgo Fitosanitario CRF (2) – pero no tiene acceso a EE.UU. si se regula por el SENASA. El producto es regulado por DIGESA, debido al tratamiento que contiene previamente al ser tostado, debiendo contar con el registro sanitario correspondiente y, a potestad del importador, puede solicitar el certificado de libre venta o libre comercialización, así como la Certificación Oficial Sanitaria con fines de exportación, los cuales deben ser tramitados en la VUCE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institución que regula este requisito en el país destino: Food and Drug Administration -- FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos)¹ • Institución que regula este requisito en el país de origen: Dirección General de Salud Ambiental - -DIGESA² <p>Para el ingreso a los Estados Unidos se requiere:</p> <p>DIGESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certificado Libre Venta o Libre Comercialización • Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (Se debe de adjuntar el Informe de análisis físico químico y microbiológico del producto a exportar emitido por un laboratorio acreditado ante el INACAL, packing list, Informe de inspección del lote y Copia de Resolución por Habilitación Sanitaria Vigente [Cumplimiento de BPM, HACCP y Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES)], así como de sus respectivas ampliaciones de ser el caso). • Alimentos – Consulta de expedientes³ <p>VUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • DGS006 - Inscripción o Reinscripción en el Registro Sanitario de Alimentos de Consumo Humano - PRODUCTO NACIONAL (TUPA: 30). • DGS004 - Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborados en el país (TUPA: 33). (Pre – requisito DGS006) • DGS002 - Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano (TUPA: 34). • Ingreso al sistema seleccionando la parte de mercancías restringidas - colocar RUC de la empresa, password y usuario, seleccionar DIGESA y luego buscar los trámites DGS002, DGS004 y DGS006.⁴ • Manual de Usuario de la VUCE - DIGESA⁵ <p>INACAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directorio de organismos acreditados ante el INACAL <p>La Agencia de Protección Ambiental - EPA es la autoridad competente en Estados Unidos. La Ley Federal de Insecticidas, Fungicidas y Raticidas (Federal Insecticide, Fungicide, and Rodenticide Act FIFRA) exige a la EPA (Environmental Protection Agency) que todos los</p>		

¹ <https://www.fda.gov/food>

² <http://www.digesa.minsa.gob.pe/>

³ <http://www.digesa.minsa.gob.pe/Expedientes/Busquedas.asp>

⁴ <https://www.vuce.gob.pe/vuce/logins.html?t=s>

⁵ https://www.vuce.gob.pe/manual_vuce/manuales/entidades/DIGESA.pdf

	<p>pesticidas utilizados en los EE.UU. sean registrados y que se establezcan medidas de tolerancia seguras para los residuos químicos que puedan encontrarse en los alimentos domésticos e importados. Esta información puede ser ampliada visitando la página web de referencia.</p> <p>Es recomendable que los exportadores que deseen ingresar a los EE.UU., realicen la verificación de los plaguicidas y LMRs correspondientes al producto a través del siguiente enlace:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda del agroquímico por producto – 40 CFR 180⁶ <p>Fuente alternativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plaguicidas LMR: PROMPERÚ pone a disposición del público una herramienta virtual que recopila valores LMR de fuentes oficiales. Esta base de datos ha sido diseñada para ser utilizada por los productores / agroexportadores y obtener información sobre los LMRs establecidos para las frutas y hortalizas frescas en los principales países a los que exporta Perú. • BCGlobal's Pesticide Database⁷ <p>Todas las plantas de procesamiento de alimentos deberán contar con una autorización sanitaria de establecimiento de procesamiento primario en cumplimiento de las Buenas Prácticas de Producción e Higiene; así como, de la aplicación de los principios del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC/HACCP) y los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES), este trámite se realiza por mesa de partes. Los establecimientos involucrados son aquellos comprendidos en el suministro para el consumo nacional, la exportación y la importación; tales como los centros de faenado, plantas de empaque, administradoras de programas sociales, receptoras de donaciones, entre otras.</p> <p>DIGESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (Croquis de ubicación del establecimiento de fabricación, Licencia de Funcionamiento del establecimiento sea provisional o definitiva para la condición que solicita la habilitación, Última versión del Plan HACCP por línea de producto actualizado, Programa de higiene y saneamiento y Manual de Buenas Prácticas de Manufactura y contar con estudios que sustenten el tiempo de vida útil declarado en la descripción del producto). <p>VUCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • DGS032 - Validación Técnica Oficial del Plan HACCP (TUPA: 35). <p>PERÚ</p> <ul style="list-style-type: none"> • DECRETO SUPREMO 7 1998 Aprueban el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas • RESOLUCIÓN MINISTERIAL 449 2006 Aprueban la Norma Sanitaria para la Aplicación del Sistema HACCP en la Fabricación de Alimentos y Bebidas • RESOLUCIÓN MINISTERIAL 591 2008 Norma Sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano <p>El mercado y el etiquetado se regulan por el Código de Regulaciones Federales, Título 21, Parte 101 "Food Labeling" (21 CFR 101). Los datos que intervienen en el etiquetado varían según el tipo de venta del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envases destinados a la Venta al por Menor • Naturaleza del Producto: Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase (o lote, para productos presentados a granel) deberá ser etiquetado con el nombre del producto y, facultativamente, con el nombre de la variedad y/o tipo comercial. • Envases destinados a la Venta al por Mayor
--	--

⁶ <https://www.ecfr.gov/current/title-40/chapter-I/subchapter-E/part-180>

⁷ <https://bcglobal.bryantchristie.com/db#login>

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación, Nombre y dirección del Exportador, Envasador y/o Expedidor. Código de identificación (facultativo). • Naturaleza y Nombre del Producto - Nombre de la variedad (facultativo). • Origen del Producto
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>El auge del chocolate artesanal y del concepto "bean to bar" está transformando la forma en que los consumidores estadounidenses disfrutan del chocolate. A medida que los chocolateros artesanales continúan expandiendo sus negocios, se ha observado un notable incremento tanto en la producción artesanal como en la de chocolates de alta calidad en todos los Estados Unidos. La idea de deleitarse con exquisiteces artesanales elaboradas con ingredientes de primera categoría sin necesidad de salir de casa se ha convertido en un nuevo estándar. El chocolate artesanal es aquel que se produce en pequeñas cantidades siguiendo métodos tradicionales y empleando ingredientes de la más alta calidad, generalmente elaborado por apasionados chocolateros que buscan crear sabores únicos y deliciosos. El chocolate artesanal tiende a poseer un sabor más profundo que el chocolate producido en masa, además de una mayor calidad en sus ingredientes. El proceso de producción comienza con la selección de granos de cacao procedentes de regiones específicas del mundo.</p> <p>Según Modor Intelligence, se estima que el mercado del chocolate "bean to bar" experimentará un crecimiento anual del 7,8% durante el periodo comprendido entre 2022 y 2027. El número de fabricantes de chocolate "bean to bar" ha aumentado en los últimos años debido a la creciente demanda de chocolates de alta calidad en todo el mundo.</p> <p>Según Barry Callebaut, un fabricante de chocolate líder a nivel mundial, en los próximos años habrá varias tendencias que probablemente irán en aumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gratificación intensa. Un chocolate que es un verdadero placer para la vista y el paladar. Los consumidores buscan un placer intenso cuando quieren disfrutar la vida al máximo. Para los productos de confitería de chocolate, esto significa que los consumidores seguirán buscando la "multisensorialidad", la exclusividad, la narración de historias sobre el origen, la artesanía y las delicias que les ayuden a celebrar. • Gratificación consciente. Un chocolate que no solo es sabroso, sino también bueno para los consumidores y bueno para el planeta. Los consumidores quieren darse un gusto sin comprometer su bienestar (físico y mental), la salud de los demás o el planeta. Existe una demanda creciente de golosinas de chocolate que satisfagan estas necesidades, incluidos ingredientes de origen vegetal, bajos en azúcar, de origen sostenible y rastreados. • Gratificación saludable. Chocolate fortificado y funcional, un alimento para la salud. Los consumidores que buscan placeres saludables toman decisiones activa e intencionalmente que tienen un impacto positivo en su salud. <p>En relación al evento Salón de Cacao y Chocolate 2023, los participantes de este año expresaron, durante las llamadas de seguimiento posteriores a la feria, que la rueda de negocios fue de gran importancia, pero también destacaron la importancia de recorrer la feria. Es fundamental que los compradores internacionales tengan la oportunidad de explorar la feria para generar nuevas ideas de productos, comprender las tendencias emergentes y establecer conexiones con potenciales proveedores que no participaron en la ronda de negocios. Este fue el sentir compartido por todos los compradores entrevistados por PROMPERÚ Houston después del evento.</p> <p>Tanto los chocolateros como los tostadores de café desean llevar los granos a sus propias instalaciones, procesar el cacao como lo harían después de la compra de los granos y evaluar el producto final tal como se produciría en sus propias instalaciones. Por lo tanto, es esencial que todos los productores lleven muestras de granos de cacao a sus reuniones durante la rueda de negocios en el Salón.</p>

	<p>Algunos compradores mencionaron que un formato interesante, no solo para ellos, sino también para los productores, sería organizar una degustación ciega de los chocolates de todas las cooperativas que participaron en la ronda de negocios antes de las reuniones. De esta manera, sin conocer el origen de los chocolates, los compradores podrían ofrecer comentarios sinceros que podrían ayudar a las cooperativas a mejorar sus procesos y también ayudar a los compradores a identificar con qué productores tienen un interés genuino en colaborar.</p> <p>Comentarios recientes de compradores de cacao (julio de 2023):</p> <p>Dan, Tabal Chocolate: "El mayor desafío para nosotros es la comunicación, no la barrera del idioma, sino que queremos estar en contacto constante con los productores a los que compramos. Ha sido más duro trabajar con los productores peruanos que con algunos de los otros orígenes donde compramos. A veces, no siempre, las cooperativas tardan mucho en responder a nuestras preguntas, y a veces ni siquiera, lo tomamos como una señal de que tal vez ya se hayan vendido sus existencias de cacao para el año, pero me gustaría que los productores entendieran lo importante que es la comunicación continua, independientemente de si hay potencial de venta para ese año o no. Una simple respuesta diciendo que se les acabó el cacao para esta cosecha ayuda mucho, y lo agradeceríamos y podríamos considerarlos para años futuros. Cuando no hay ninguna respuesta, perdemos la fe en esa cooperativa y probablemente no los consideraríamos como un proveedor potencial en el futuro. Parece que, en la cadena de suministro de cacao, a diferencia del café, los silos no se comunican. Es decir, hay un silo de productores y un silo de compradores. En algún punto en el medio hay un intermediario como Uncommon Cacao o Amazon Specialties que maneja toda la comunicación con los productores. Lo que nos gustaría, probablemente similar a muchos fabricantes de chocolate en EE. UU. y Europa, es estar en comunicación directa con los proveedores, para que podamos aprender juntos, ayudarnos mutuamente a comprender lo que demandan los consumidores y mejorar juntos para cumplir con los requisitos cambiantes cada vez más exigentes del mercado. Esa es la meta de Tabal Chocolate."</p> <p>Christopher, Piety and Desire: "La misión inversa fue significativamente reveladora y pude sentir un gran aprecio por el cacao peruano. Antes del viaje, no estaba consciente de la increíble diversidad dentro del Perú, y esta experiencia me abrió los ojos no solo a la gran variedad de cacao diverso sino también a los altos niveles de calidad que se pueden encontrar en el Perú. En el futuro, sería bueno tener un día completo para explorar el Salón de Cacao, para todos los compradores visitantes. Tuve la suerte de tener un vuelo tarde ese día, por lo que pude caminar por la sala de exposición durante varias horas por la mañana, a diferencia de muchos de los otros visitantes internacionales. Debido a esto, encontré dos proveedores que desconocía anteriormente, que no eran parte de la ronda de negocios, con los que me encantaría trabajar y con los que actualmente estoy en conversaciones. Hubo varios más que también pude ver como proveedores potenciales, y espero poder darles mis comentarios/sugerencias y ver si podemos llegar a una relación comprador-vendedor."</p> <p>Anjuli, Uncommon Cacao: "En Uncommon Cacao, somos una empresa de la importación de cacao, con comercio transparente, que comenzó en 2010. En 2019 hicimos nuestra primera importación desde Perú, de Amazon Specialties, de manteca de cacao y cacao en polvo. El año pasado comenzamos a importar granos de Quillabamba y ha habido una gran demanda en el mercado chocolatero estadounidense, principalmente de los fabricantes de "bean to bar". Durante el viaje a San Martín fue genial tomar el "camino del cacao" entre Tarapoto y Tocache y ver cuánto se está trabajando allí, en cuanto a organización de cooperativas e infraestructura. Creo que hay muchas más oportunidades para el desarrollo del sabor en esa región, dada la increíble variedad de granos que se cultivan allí. Al reunirnos con las cooperativas, es de vital importancia que traigan muestras de granos de cacao, esperaba recibir más durante el Salón, pero ahora regresaré a EE. UU. y tendré que comunicarme con las cooperativas para que me envíen muestras, algo que retrasará nuestra decisión de comprar a ciertos productores, pero valdrá la pena, por cierto. Nuestro objetivo es hacer crecer nuestra base de proveedores peruanos, porque sabemos que el cacao peruano es realmente especial porque existe la mayor diversidad genética en esta</p>
--	--

	<p>parte del mundo. Por eso vine al Perú, para ver qué más sabores, qué genéticas diferentes y sobre todo qué historias pueden ofrecer los productores sobre algunos de los beneficios sociales que brindan a la comunidad. Estamos buscando todas esas cosas para comenzar a comprar de esa región. Como empresa social, siempre buscamos ir más allá de los precios de comercio justo para realmente generar un impacto más profundo en el área.”</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>A pesar de que Estados Unidos figura entre los diez principales consumidores de chocolate a nivel mundial, la mayor parte de su territorio no cuenta con las condiciones climáticas óptimas para el cultivo del cacao. Esto se debe a que los árboles de cacao son notoriamente exigentes: necesitan protección contra el sol y el viento, y prosperan en el sotobosque de las cálidas selvas tropicales. Para cultivar árboles de cacao en Estados Unidos, es necesario recrear estas condiciones.</p> <p>En los Estados Unidos, esto significa que los árboles de cacao solo pueden cultivarse en las zonas 11 a 13 según la clasificación del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Estas zonas incluyen Hawái, algunas partes del sur de Florida y el sur de California, además de la zona tropical de Puerto Rico. De estos estados, Hawái es el único que puede mantener una producción comercial de cacao. En términos de rendimiento actual, un acre de árboles en Hawái produce entre 800 y 1000 libras de semilla seca (granos de cacao). Esto se traduce en una producción anual de 40,000 a 50,000 libras de semilla seca en el estado, basado en la superficie actualmente dedicada al cultivo de cacao..⁸</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>En su mayoría, los productos agrícolas que importa Estados Unidos llegan por vía marítima. Según Mighty Earth, en 2020, los puertos de Filadelfia y Chester en Pensilvania recibieron el 73% de las importaciones de granos de cacao en los Estados Unidos. Empresas como General Cocoa Company, ECOM, Barry Callebaut, Cargill y Olam compartieron partes del 10 al 15% de estas importaciones. En total, se importaron 193 millones de kilos de cacao, con un valor estimado de 520 millones de dólares. Esto claramente destaca a Filadelfia como la ciudad preferida por el chocolate para los principales comerciantes de granos de cacao, mientras que el resto del país se enfoca principalmente en la importación de productos de chocolate terminados.⁹</p> <p>En lo que respecta al cacao en grano importado a los Estados Unidos en el año 2022, nuevamente el puerto principal para la partida 1801.0000 fue Filadelfia. No obstante, resulta interesante notar que el porcentaje de tonelaje que llegó al puerto de Filadelfia disminuyó al 67,6% del total de tonelaje de cacao en grano en los Estados Unidos. Otros puertos de importancia incluyen Newark (12,2%) y Nueva York (6,3%) (Anexo 11.1).</p> <p>Según Dependable Distribution Services, una empresa de logística que maneja y distribuye una parte considerable del cacao en grano que llega a Filadelfia, este puerto representa la ubicación geográfica más ventajosa en los Estados Unidos para la distribución interna de granos de cacao a los procesadores de chocolate en todo Estados Unidos y Canadá. Esto se debe a que, desde este puerto y sus instalaciones de almacén, es posible realizar entregas por camión al día siguiente a más del 80% de todos los grandes fabricantes de chocolate en los Estados Unidos.¹⁰</p> <p>Para datos más recientes, en 2023 de enero a agosto, USA Trade Numbers reporta que el puerto de Filadelfia lideró una vez más la importación de granos de cacao, con un valor total de USD \$541 millones. El puerto de Newark quedó en segundo lugar con 74 millones de dólares. Ningún otro puerto importó más de 16 millones de dólares en granos de cacao, incluidos los de Chester, Oakland, Nueva York y Virginia. (Anexo 11.2)</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales)</p>	<p>Según la Fundación Mundial del Cacao, el cacao suele ser cultivado por pequeños agricultores en fincas con un tamaño promedio de 2 a 4 hectáreas. Estas plantaciones se encuentran en regiones cálidas y húmedas, principalmente en África occidental (Costa de Marfil y Ghana), América Latina (Ecuador) y el sudeste asiático (Indonesia). Hay tres</p>

⁸ <https://hdoa.hawaii.gov/wp-content/uploads/2013/01/Cacao-Report-HCR-326-H.D.-2-v.12.10.09-Final.pdf>

⁹ https://www.mightyearth.org/wp-content/uploads/US_Cocoa_Supply_Chain_Research.pdf

¹⁰ <http://ddscocoa.com/>

<p>actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>variedades principales de árboles de cacao: Criollo, Trinitario y Forastero (Amelonado). El proceso de transformación generalmente involucra el tostado y la molienda de los granos de cacao. En el pasado, estas operaciones se realizaban principalmente en los países importadores, pero en la actualidad, los países de origen también están cada vez más involucrados en el procesamiento.</p> <p>Luego de pelar y tostar los granos, se procede a moler las semillas para producir un licor de cacao fino a altas temperaturas. Este licor de cacao se puede usar directamente como ingrediente en la fabricación de chocolate, o se filtra a través de un tamiz fino, dejando un residuo sólido llamado torta de cacao. Posteriormente, la manteca de cacao extraída se filtra y se almacena en tanques en estado líquido para su posterior uso en la elaboración de chocolate. La torta de cacao se parte en trozos más pequeños y se vende en mercados de cacao genéricos o se muele para obtener cacao en polvo fino. La torta de cacao generalmente varía en cuanto a su contenido graso, lo cual determina su uso final, que abarca desde el chocolate para beber hasta los productos de panadería.</p> <p>El último eslabón de la cadena de suministro del cacao comprende el envasado, la comercialización y la venta al por menor. Los productos de chocolate se comercializan a través de supermercados, mayoristas y plataformas en línea. Además, algunas empresas chocolateras tienen sus propias tiendas minoristas con marca propia para llegar a una base de consumidores más amplia. Los mercados minoristas de chocolate se pueden clasificar por tipos, ya sea chocolate negro, con leche o blanco, o por categorías de ventas, que incluyen el chocolate de consumo diario, el premium o el de temporada. Cada categoría ofrece oportunidades específicas en el mercado.¹¹</p> <p>Según Engage the Chain, la cadena de suministro del cacao es sumamente compleja, y el cacao pasa por diversas manos antes de convertirse en productos disponibles en los supermercados. El cacao se cultiva por varios agricultores, en su mayoría pequeños agricultores, y se mezcla en múltiples etapas del ciclo de producción. Esta mezcla dificulta el rastreo del cacao hasta el nivel de finca individual, donde se originan la mayoría de los riesgos en la cadena de suministro. Además, la complejidad inherente a esta cadena de suministro genera desigualdades a lo largo de la cadena de valor, ya que solo el 6,6% del valor de una barra de chocolate beneficia a los agricultores. Los fabricantes intermedios (35%) y los minoristas (44%) obtienen la mayor parte de las ganancias de los productos de cacao, mientras que el 14% restante se destina a molinos, procesadores, impuestos, marketing, transporte y comerciantes.¹²</p> <p>Según un estudio de Mighty Earth Org realizado en 2020, se encontró que 40 millones de kilogramos, lo que equivale al 7,7%, de los granos de cacao y los productos de chocolate semiacabados importados a los Estados Unidos, no podían ser identificados hasta llegar al comprador. Esto se debe a que, al utilizar servicios de transporte de carga, conocidos como transitarios, a menudo el vendedor no se declara y su nombre se elimina deliberadamente de los datos. Por lo tanto, si se consideran los envíos manejados por transitarios, donde el comprador actual no aparece en la lista, esta cifra aumenta a 56 millones de kilogramos, equivalente al 12% de las importaciones en los Estados Unidos que no se pueden rastrear hasta el comprador. Este estudio también reveló que 8 grandes empresas compraron al menos el 68,6% del mercado. Si se suman los datos imposibles de rastrear, esto podría significar que estas empresas representan hasta el 80,6% de todas las compras en los Estados Unidos. La categoría "Otros" incluye a pequeñas empresas chocolateras y fabricantes de chocolate artesanal, que en todo el país en conjunto representan quizás tan solo el 19,4% del total de todas las compras de granos de cacao y chocolate semiacabado.¹³</p>
--	--

¹¹ <https://www.worldcocoafoundation.org/about-wcf/the-cocoa-supply-chain-from-farmer-to-consumer/>

¹² <https://engagethechain.org/cocoa>

¹³ https://www.mightyearth.org/wp-content/uploads/US_Cocoa_Supply_Chain_Research.pdf

	<p>Según Ibis World, este grupo de chocolateros está compuesto por 3218 empresas de producción de chocolate en EE. UU. a en 2023.¹⁴ (Anexo 11.4)</p> <p>La persistente caída de los precios del cacao durante varios años, la disminución de la productividad y los crecientes costos de transacción y suministros han ejercido una presión significativa sobre los ingresos de los agricultores, lo que, a su vez, ha tenido un impacto negativo en la oferta de cacao. Mientras que las grandes empresas tienen la capacidad de cubrir sus riesgos en el mercado bursátil, los agricultores se encuentran en la parte más vulnerable de la cadena de suministro y se ven obligados a vender su cacao al precio que se les ofrece. Son ellos quienes soportan prácticamente todos los riesgos asociados con la volatilidad de los precios, a pesar de que poseen los recursos financieros más limitados de toda la cadena de suministro. Como resultado, los consumidores en los Estados Unidos a menudo se sienten impotentes ante la imposibilidad de mejorar la situación de los productores.</p> <p>En el centro de la mayoría de los desafíos que enfrenta la industria del cacao se encuentra la extrema pobreza, que da origen a muchos de los problemas mencionados anteriormente. La dinámica actual de consumo, aparentemente, perpetúa la desigualdad que obstaculiza la mejora del sistema, por ejemplo, al pagar precios que no reflejan los verdaderos costos de producción.</p> <p>Por esta razón, una tendencia que se espera que continúe en la cadena de suministro es la emergencia de nuevos importadores de granos y derivados de cacao, a menor escala. Están surgiendo importadores más pequeños a medida que las desigualdades en la industria del cacao y el chocolate han sido cada vez más visibles en los últimos años, a través de numerosos artículos y documentales como "Rotten," "The Dark Side of Chocolate" y "The Chocolate War," entre otros. Un excelente ejemplo de uno de estos importadores emergentes es Uncommon Cacao. Uncommon Cacao cree que la prosperidad de los agricultores es un ingrediente fundamental para la producción de un buen chocolate, y aboga por un comercio transparente para construir relaciones genuinas y a largo plazo en toda la cadena de suministro del chocolate. Comenzaron creando empresas exportadoras de cacao en Belice (Maya Mountain Cacao) y Guatemala (Cacao Verapaz), que colaboraron directamente con los agricultores para producir cacao de alta calidad, y ahora continúan invirtiendo y apoyando a estas empresas. La compañía distribuye cacao proveniente de más de 5,000 pequeños agricultores en 12 países a más de 250 fabricantes de chocolate artesanal y de alta calidad en todo el mundo. En todos sus negocios, Uncommon Cacao lidera una nueva economía del cacao que ofrece una remuneración más justa a los agricultores y se basa en alianzas sólidas que garantizan una mayor estabilidad y éxito para todos los involucrados.¹⁵</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Además de las obvias características sensoriales excepcionales, uno de los criterios de mayor importancia es la transparencia en cuanto al lugar de origen. Este aspecto es altamente valorado por los consumidores, ya que les permite establecer una conexión especial con la tierra y los productores de cacao de lugares remotos. Otro criterio fundamental es la obtención de certificaciones de comercio justo o "fair trade", lo que implica una responsabilidad social en toda la cadena de producción y suministro. Asimismo, es relevante considerar el tipo de cultivo, especialmente si cuenta con certificaciones de producto orgánico, no modificado genéticamente (non-GMO), o certificaciones kosher o halal. Estas son algunas de las características que el mercado estadounidense valora y prioriza al realizar compras de productos de cacao.</p> <p>En respuesta a la creciente cobertura mediática y los esfuerzos promocionales, muchas empresas han establecido plazos para eliminar el trabajo infantil de sus cadenas de suministro de cacao. Sin embargo, la implementación de estos compromisos todavía presenta retrasos, lo que expone a las empresas a riesgos adicionales en cuanto a su</p>

¹⁴ <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/number-of-businesses/chocolate-production-united-states/#:~:text=There%20are%203%2C218%20Chocolate%20Production,increase%20of%200.2%25%20from%202022.>

¹⁵ <https://www.uncommoncacao.com/team>

	<p>reputación. Además, alrededor de dos tercios de la producción mundial de cacao proviene de Costa de Marfil y Ghana, en África occidental, donde históricamente el cacao ha sido un importante factor de deforestación. A pesar de los intentos de la industria por mitigar los riesgos a través de la mejora de la transparencia y la rendición de cuentas, una parte del cacao todavía está vinculada a la deforestación en áreas forestales protegidas, principalmente en estos dos países. Para los agricultores peruanos es crucial destacar que su cacao no contribuye a la deforestación, lo que les proporciona una ventaja competitiva en comparación con muchos otros países en términos de la percepción positiva del mercado.</p> <p>Por último, pero no menos importante, es fundamental destacar que la integridad, la comunicación eficiente, la puntualidad en la entrega de pedidos y el cumplimiento de todos los procedimientos establecidos y ofrecidos son aspectos que consolidarán las relaciones entre compradores y productores. Estos elementos forman la base de relaciones comerciales sólidas y duraderas..</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Según la Oficina del Censo de EE. UU. (US Trade Online), en lo que respecta a todas las importaciones de cacao en grano en EE. UU., Perú ocupó el séptimo lugar en el año 2022, con exportaciones a EE.UU. valoradas en USD \$14.7 millones. Costa de Marfil encabezó la lista con un 49,9% de la participación en las exportaciones a EE.UU. en el mismo año. También destacaron países como Ecuador (18,9%), Ghana (15,5%) y la República Dominicana (6,2%). Resulta interesante observar que, al comparar el valor total declarado para todos estos envíos con el peso neto, Perú tiene un precio promedio más alto en comparación con estos otros países.</p> <p>Como sucede con otros productos agroindustriales, es muy difícil determinar las proporciones de los productos de cacao que se consideran artesanales o de alta calidad, aquellos que demandan un precio más alto para los productores en contraposición a los de calidad convencional. Establecido en la década de 1980 por la World Customs Organization (WCO), el sistema de códigos HS se actualiza dos veces al año, con una revisión más exhaustiva cada cinco años para reflejar las nuevas tecnologías, tendencias y productos que han ingresado al mercado global. Hasta este punto, muchos códigos agrícolas no hacen distinción entre convencional y orgánico, o convencional y premium, lo cual también es el caso de los productos de cacao. Tal vez en el futuro, la organización distinguirá entre estas subcategorías para que los datos muestren un panorama más completo de estas diferentes categorías de cacao, pero ese día aún no ha llegado.</p> <p>De acuerdo a los datos agregados, Perú vendió cacao en grano a un precio promedio de USD \$4,09 por kilogramo, un valor significativamente superior a los precios promedio de Costa de Marfil (\$2,32), Ecuador (\$1,64) y Ghana (\$2,81). La República Dominicana se acercó más al precio promedio de Perú, con \$3,39/kg, mientras que Haití parecía tener el precio más alto en general con \$9,18/kg, aunque las exportaciones de Haití sumaron solo \$5 millones.¹⁶ Es posible que los precios más altos del cacao peruano en comparación con otros países reflejen la oferta de cacao de mayor calidad y, posiblemente, con más certificaciones. Esta diferencia de precios puede deberse a varios factores, que incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad del cacao: El cacao peruano puede tener características sensoriales distintivas y perfiles de sabor que lo hacen más valioso en el mercado. La calidad del cacao, su variedad y su sabor pueden justificar precios más altos. • Certificaciones: Si el cacao peruano cuenta con certificaciones como orgánico, comercio justo u otras, esto puede aumentar su valor en el mercado, ya que estos sellos de calidad suelen requerir prácticas más sostenibles y socialmente responsables en la producción. • Procesamiento y preparación: La forma en que se procesa y prepara el cacao también puede influir en su precio. Si el cacao peruano se somete a procesos

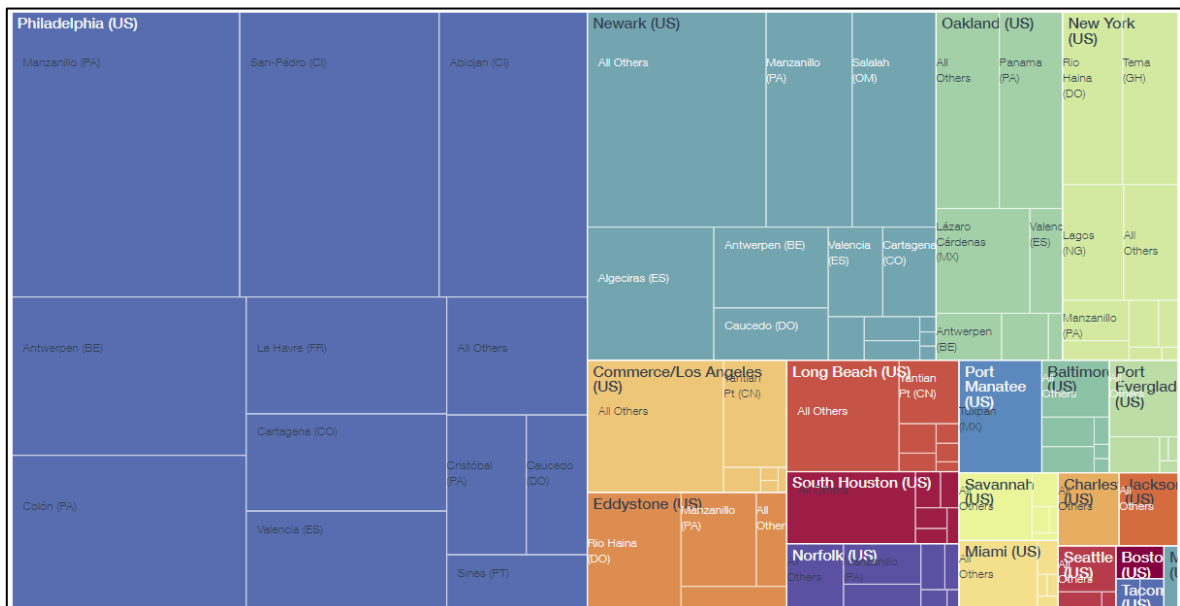
¹⁶ <https://usatrade.census.gov/>

	<p>de fermentación y secado de alta calidad, esto puede mejorar sus características sensoriales y, en consecuencia, su valor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demanda del mercado: La demanda de cacao de calidad, especialmente en el mercado de chocolate artesanal y premium, puede respaldar precios más altos. Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos de chocolate con sabores y características excepcionales. • Imagen de marca y reputación: Si Perú ha desarrollado una sólida reputación como productor de cacao de alta calidad, esto también puede influir en los precios más altos, ya que los compradores están dispuestos a pagar un precio premium por productos de procedencia peruana. <p>En resumen, los precios más altos del cacao peruano pueden deberse a una combinación de factores, incluyendo la calidad, las certificaciones, el procesamiento y la demanda del mercado, y la imagen de marca. Estos elementos pueden hacer que el cacao peruano sea altamente valorado en el mercado internacional. (Anexo 11.5)</p> <p>Para datos más recientes, en 2023, de enero a agosto, USA Trade Numbers informa que Costa de Marfil ha exportado más cacao en grano a EE.UU. que cualquier otro país, con un valor de 358,7 millones de dólares. Ghana (\$139 millones), Ecuador (\$103 millones) y República Dominicana (\$34 millones) fueron los siguientes proveedores más importantes de Estados Unidos. Perú ocupó el séptimo lugar en la lista, habiendo exportado USD \$3,9 millones a Estados Unidos en los primeros 8 meses de este año. (Anexo 11.6)</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Por supuesto, promover el cacao peruano en ferias y eventos en Estados Unidos es fundamental para aumentar la visibilidad y el conocimiento de los productos y proveedores peruanos. A continuación, se proporciona una lista de algunas de las ferias y eventos de alimentos más importantes en Estados Unidos donde podría considerarse la promoción del cacao en grano peruano:</p> <p>Private Label Manufacturers Association Show (PLMA) Para ayudar a las empresas miembro a conocer a los minoristas de EE. UU. y Canadá, PLMA organiza su feria de etiqueta privada de EE. UU. en Chicago cada mes de noviembre. Participan los compradores de los principales supermercados, cadenas de medicamentos, comerciantes en serie, tiendas de conveniencia, minoristas en línea, importadores, exportadores, mayoristas, tiendas de descuento e incluso intercambios militares.</p> <p>Natural Products Expo (East y West) Muestra productos orgánicos derivados naturalmente. La exposición tiene lugar en ambos lados del país, la Eastern Expo se celebra anualmente en el otoño en el Baltimore Convention Center en Baltimore, MD y la Western Expo se lleva a cabo en la primavera en el Anaheim Convention Center en Anaheim, California. Este evento atrae a 22,000 profesionales de la industria y 1,400 expositores.</p> <p>The Fancy Food Show El Fancy Food Show es la feria comercial de alimentos y bebidas más grande de la Costa Oeste. El evento anual es organizado por la Specialty Food Association en enero, normalmente en Nueva York. El evento se centra en especialidades, productos gourmet y orgánicos de alta calidad. Se espera 1,400 expositores de 35 países y 19,000 profesionales de la industria.</p> <p>US Food Showcase Este evento en particular presenta una amplia variedad de productos desde productos frescos y congelados hasta tecnología de venta al por menor y productos envasados. Este evento ofrece todas las excelentes características de otras exposiciones: una audiencia de compradores activos, exposición a profesionales de la industria y oportunidades educativas, pero dada la variedad de expositores y asistentes (105 países), este evento es especialmente útil si se desea expandir el negocio para perseguir un mercado global.</p>

	<p>Chocolate Show: Un evento dedicado exclusivamente al chocolate y productos relacionados. Es una excelente oportunidad para promover el cacao peruano y productos de chocolate.</p> <p>Expo West y Expo East: Estas ferias de alimentos naturales y orgánicos son ideales si el cacao peruano cuenta con certificaciones orgánicas.</p> <p>Coffee Fest: Si el enfoque está en el cacao para la producción de chocolate y café, esta feria es un lugar clave para promocionar tu producto.</p> <p>Summer Fancy Food Show: Otra edición de la Fancy Food Show enfocada en productos de temporada de verano.</p> <p>Sweets & Snacks Expo: Aunque se centra en dulces y snacks, es una buena plataforma para exhibir productos de cacao y chocolate.</p> <p>Natural Products Expo: Evento importante para alimentos naturales, orgánicos y saludables.</p> <p>The New York Chocolate Show: Una feria dedicada al chocolate en la ciudad de Nueva York.</p> <p>Food & Wine Festivals: Participar en festivales de alimentos y vinos en diferentes ciudades de Estados Unidos puede ser una excelente forma de promocionar el cacao peruano.</p> <p>La promoción del cacao peruano en estas ferias y eventos puede contribuir significativamente a su difusión y reconocimiento en el mercado estadounidense.</p>
--	---

Anexos

11.1 Puertos Principales en EE.UU. para la Importación de Cacao en 2022



Fuente: Panjiva

Puerto	Envíos	KG	KG %
Philadelphia (US)	1055	178,163,892	67.6%
Newark (US)	308	32,151,200	12.2%
New York (US)	146	16,606,435	6.3%
Eddystone (US)	102	9,986,742	3.8%
Oakland (US)	148	8,609,774	3.3%
Unknown Port of Unlading Name	35	4,281,431	1.6%
Norfolk (US)	37	3,355,014	1.3%
Jacksonville (US)	19	1,995,093	0.8%
Port Manatee (US)	41	1,763,676	0.7%
Port Everglades (US)	24	1,429,083	0.5%
Savannah (US)	21	1,300,378	0.5%
Boston (US)	7	867,550	0.3%
Commerce/Los Angeles (US)	76	607,174	0.2%
Baltimore (US)	32	556,328	0.2%
South Houston (US)	31	530,255	0.2%
Long Beach (US)	54	482,735	0.2%
Miami (US)	19	280,928	0.1%
Charleston (US)	19	270,656	0.1%
Seattle (US)	13	129,496	0.0%
Everett (US)	1	102,483	0.0%
Freeport (US)	1	54,000	0.0%
Tacoma (US)	6	42,965	0.0%
Port Hueneme (US)	2	28,986	0.0%
Honolulu (US)	1	25,281	0.0%
Mobile (US)	4	24,339	0.0%
Wilmington (US)	4	17,598	0.0%
West Palm Beach (US)	1	9,072	0.0%
New Orleans (US)	1	9,000	0.0%
Port Canaveral (US)	1	40	0.0%
Total	2209	263,681,604	

Fuente: Panjiva

11.2 Puertos principales en 2023 (enero – agosto) para la importación de cacao en grano

Top Gateways		
RANK	PORT	YTD
1	Port of Philadelphia	\$541.8 million
2	Port of Newark	\$74 million
3	Port of Chester, Penn.	\$15.8 million
4	Port of Oakland, Calif.	\$15.6 million
5	Port of New York	\$15.3 million
6	Port of Virginia	\$5.1 million
7	Buffalo Peace Bridge, NY	\$1.3 million
8	Port of Los Angeles	\$433,233
9	Port of Baltimore, Md.	\$248,830
10	Port Everglades, Fla.	\$245,780

Fuente: USA Trade Numbers

11.3 Ventas de los supermercados principales de los EE.UU. 2019 (US\$ mil millones)
 (Datos representan ventas totales, de todos los productos, no solamente cacao)

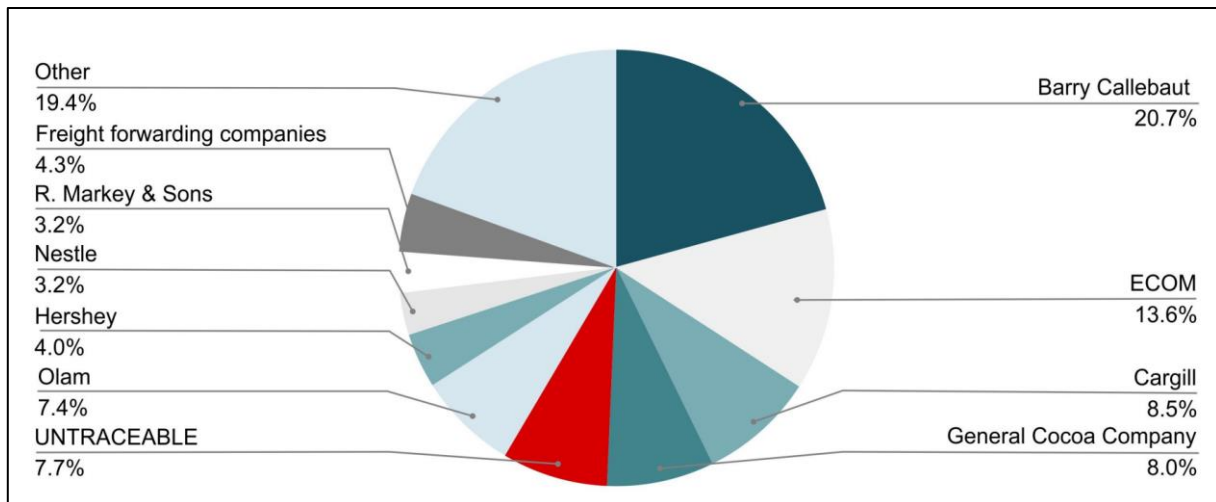
Sales of the leading food and grocery retailers in the United States in 2022
 (in billion U.S. dollars)*

Search: Records: 13

Characteristic	Sales in billion U.S. dollars
Walmart U.S.	420.6
Amazon NA retail*	238.97
Costco U.S.	165.29
The Kroger Co.	148.26
Walgreens Boots Alliance U.S.	132.7
Target Corp.	109.12
CVS health	106.59
Sam's Club U.S.	84.35
Albertsons Cos.	77.6
Ahold Delhaize	57.96

Fuente: Statista

11.4 Importaciones de cacao en grano a EE.UU., por país



Fuente: Mighty Earth Org

11.5 Importaciones de cacao en grano a EE.UU., por país

Commodity	180100 Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted							
Time	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% 2022
Country								
Cote d'Ivoire	833,937,045	746,723,521	608,103,150	485,889,722	505,813,702	748,592,195	448,299,959	49.9%
Ecuador	166,765,214	126,122,885	123,490,338	116,214,921	183,959,563	197,263,339	170,206,356	18.9%
Ghana	181,437,044	186,507,781	115,454,049	174,920,964	139,269,248	134,631,379	139,197,660	15.5%
Dominican Republic	51,703,535	43,009,713	47,079,378	66,742,962	57,650,291	45,729,032	55,616,294	6.2%
Congo (Kinshasa)	3,957,737	4,883,516	4,224,685	5,924,338	11,662,061	20,356,693	23,434,702	2.6%
Nigeria	4,640,981	29,513,050	15,247,979	8,303,638	11,846,920	51,552,288	16,334,688	1.8%
Papua New Guinea	22,122,854	21,161,798	17,312,411	10,775,687	29,829,506	19,111,949	13,890,600	1.5%
Peru	11,569,208	15,242,386	12,023,690	14,705,919	21,874,079	16,282,473	11,252,413	1.3%
Venezuela	753,469	2,288,129	5,418,830	4,097,319	1,048,660	4,665,452	4,700,468	0.5%
Netherlands	1,660,063	978,844	1,952,127	665,701	1,890,917	991,454	2,407,040	0.3%
Indonesia	3,265,915	1,358,874		847,269	2,987,137	348,146	1,971,314	0.2%
Tanzania	814,929	1,552,234	1,171,992	1,817,815	676,913	1,189,614	1,926,897	0.2%
Togo	319,244						1,510,505	0.2%
Congo (Brazzaville)		676,934	290,627	1,164,838	2,711,085	3,512,918	1,448,346	0.2%
Haiti	1,254,038	2,486,528	2,669,164	5,055,204	3,794,556	1,457,803	1,405,811	0.2%
Colombia	878,546	813,672	1,534,443	1,595,214	801,940	1,074,775	983,236	0.1%
Uganda		47,971	152,161	113,370	148,500	486,834	796,276	0.1%
Belize	316,514	402,808	201,822	137,297	164,652	494,973	411,956	0.0%
Malaysia	517,769	99,386					392,377	0.0%
Madagascar	2,283,739	2,829,837	1,940,988	2,553,587	1,044,041	110,500	372,216	0.0%
Nicaragua	182,569	212,668	222,918	265,046	356,694	305,014	365,627	0.0%
Belgium							347,969	0.0%
Brazil	14,531	32,141	140,365	251,417	43,400	28,094	315,612	0.0%
France	274,720	236,966	321,276	158,180	39,884	221,910	308,329	0.0%
Switzerland	185,727	158,666	113,741	52,404	106,817	249,084	231,371	0.0%
Mexico	149,287	227,419	171,855	125,505	254,297	215,897	163,899	0.0%
Trinidad and Tobago		139,666	17,346	180,952	147,425	232,331	123,750	0.0%
Guatemala	152,040	217,978	232,472	249,034	156,028	135,088	119,891	0.0%
Czech Republic							70,688	0.0%
Vietnam	15,593	19,500	59,300	2,137	71,938	66,105	49,070	0.0%
Bolivia	155,500	175,300		54,300	19,230	7,192	46,600	0.0%
Thailand			4,500	2,350			45,400	0.0%
El Salvador	16,810	14,345	10,439	7,723	44,519	29,932	44,312	0.0%
Costa Rica	69,782	70,393	53,552	63,563	25,720	99,846	43,874	0.0%
Sierra Leone		47,530	156,252	268,060			35,175	0.0%
Philippines	39,899	51,637	46,520	28,200	111,050	28,000	35,000	0.0%
Honduras	53,010	46,400	27,220	66,980	41,145	88,368	21,217	0.0%

Fuente: US Census Bureau

Commodity	180100 Cocoa Beans, Whole Or Broken, Raw Or Roasted						
Time	2019	2020	2021	2022	% 2022	2022	
Measures	Vessel SWT (kg)					Valor USD	\$/KG Promedio
Country							
Cote d'Ivoire	243,814,065	219,028,086	338,031,255	209,475,049	54.4%	\$ 485,889,722	\$ 2.32
Ecuador	47,012,794	71,476,872	78,180,055	70,749,597	18.4%	\$ 116,214,921	\$ 1.64
Ghana	84,443,405	66,112,600	63,824,329	62,249,497	16.2%	\$ 174,920,964	\$ 2.81
Dominican Republic	25,714,423	21,060,472	16,857,501	19,676,174	5.1%	\$ 66,742,962	\$ 3.39
Congo (Kinshasa)	1,932,689	4,036,312	7,516,848	8,445,894	2.2%	\$ 5,924,338	\$ 0.70
Papua New Guinea	4,495,800	12,283,137	7,887,065	6,073,960	1.6%	\$ 10,775,687	\$ 1.77
Peru	5,214,282	7,883,556	5,532,216	3,594,465	0.9%	\$ 14,705,919	\$ 4.09
Venezuela	1,904,408	519,693	2,036,563	2,300,264	0.6%	\$ 4,097,319	\$ 1.78
Tanzania	639,726	186,522	380,522	684,738	0.2%	\$ 1,817,815	\$ 2.65
Haiti	2,150,203	1,525,703	617,818	550,420	0.1%	\$ 5,055,204	\$ 9.18
Congo (Brazzaville)	460,177	963,570	1,328,011	505,000	0.1%	\$ 1,164,838	\$ 2.31
Colombia	608,767	260,182	331,811	290,181	0.1%	\$ 1,595,214	\$ 5.50
Uganda	25,168	33,528	127,867	194,270	0.1%	\$ 113,370	\$ 0.58
Nicaragua	85,609	121,801	82,842	101,097	0.0%	\$ 265,046	\$ 2.62
France	16,631	4,489	22,466	34,032	0.0%	\$ 158,180	\$ 4.65
Trinidad and Tobago	40,451	25,632	42,270	24,748	0.0%	\$ 180,952	\$ 7.31




Fuente: US Census Bureau

11.6 Importaciones en EE.UU. de los países principales en 2023 (enero – agosto) de cacao en grano

Top Sources		
RANK	COUNTRY	YTD
1	Cote D'Ivoire	\$358.7 million
2	Ghana	\$139.7 million
3	Ecuador	\$102.9 million
4	Dominican Republic	\$33.9 million
5	Papua New Guinea	\$15.2 million
6	Nigeria	\$9.7 million
7	Peru	\$3.9 million
8	Togo	\$1 million
9	Tanzania	\$994,429
10	Colombia	\$956,232

Fuente: USA Trade Numbers

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
<p align="center">World Wide Chocolate</p> <p>https://worldwidechocolate.com/shop/millesime/peru-dark-milk-chocolate-bar-with-salted-butter-caramel/?attribute_pa_quantity=single-bar&nbt=nb%3Aadwords%3A%3A17809749528%3A%3A&nb_a_dtype=pla&nb_kwd=&nb_t=&nb_mi=117016111&nb_pc=online&nb_pi=ml:104-s1&nb_ppi=&nb_placement=&nb_ji_ms=&nb_lp_ms=&nb_fii=&nb_ap=&nb_mt=&gclid=Cj0KCQjw8anBhCFARlsAkbbpy5VvQsde4D6rp78akQU4dTY_Bi9BLxHky6dLaxRbU0X19ADyocusaAm2NEALw_wcb</p>	2.47 onzas	\$11.49	Perú	05/09/2023	Caja de cartón	
<p align="center">Fruition</p> <p>https://www.fruitionchocolateworks.com/products/origins-of-peru-dark-milk</p>	2.12 onzas	\$ 12.00	Perú	05/09/2023	Caja de cartón	
<p align="center">Bar and Cocoa</p> <p>https://barandcocoa.com/products/ritual-peru-75?variant=42933091532&currency=USD&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&utm_source=google&utm_medium=paidsocial&utm_campaign=Shopping+</p>	2.12 onzas	\$ 10.25	Perú	05/09/2023	Caja de cartón	

<p>Piety & Desire</p> <p>https://store.cafealtura.com/products/organic-peru-dark-roast?variant=34143159451780</p>	<p>2.13 onzas</p>	<p>\$10.00</p>	<p>Perú</p>	<p>05/09/2023</p>	<p>Caja de cartón</p>	
<p>Christopher Elbow</p> <p>https://elbowchocolates.com/products/peru-dark-chocolate-craft-bar?variant=40898391736460&currency=USD&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&qclid=Cj0KCQjw8anBhCFARIsAKbbpyTWed5S2OtNmVOAYMDLXuxyQfET9A8P8DWrBmkWTAkDUB6lfrwv4AaAionEALw_wcB</p>	<p>2.3 onzas</p>	<p>\$10.00</p>	<p>Perú</p>	<p>05/09/2023</p>	<p>Caja de cartón</p>	
<p>Seattle Chocolate</p> <p>https://www.seattlechocolate.com/products/jcoco-peruvian-dark-with-nibs?currency=USD&variant=39248443441226&utm_medium=cpc&utm_source=google&utm_campaign=Google%20Shopping&qclid=Cj0KCQjw8anBhCFARIsAKbbpyTUEBTWJgor0_sWP0SYB2Vex3bfzI4ZVyAwteFuzetTmkFf_NFYRWEaQ7dEALw_wcB</p>	<p>3 onzas</p>	<p>\$9.99</p>	<p>Perú</p>	<p>05/09/2023</p>	<p>Caja de Cartón</p>	