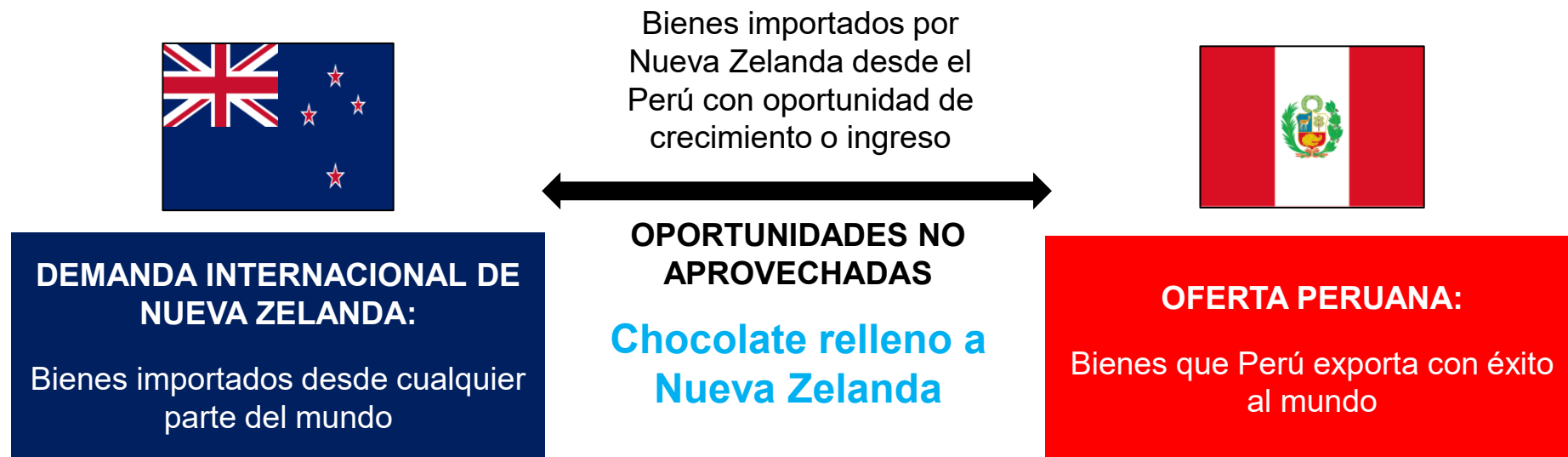


Oportunidades No Aprovechadas para Perú en Nueva Zelanda



Nueva Zelanda presenta una interesante oportunidad para la exportación de chocolate relleno. Entre 2021 y 2025, sus importaciones de este producto crecieron sostenidamente a una tasa promedio anual de 10.1%. Sin embargo, a pesar del buen desempeño de las exportaciones peruanas de chocolates rellenos a nivel global, su participación en las importaciones de Nueva Zelanda sigue siendo mínima, alcanzando el 0.03% en 2025.

Mercado de chocolate relleno en Nueva Zelanda

1. Importaciones de Nueva Zelanda

✓ Información general

En 2025, Nueva Zelanda importó chocolate relleno por un valor de US\$ 53.8 millones, registrando un crecimiento de 41.0% respecto al 2024. En el período 2021-2025, el valor de las importaciones creció a una tasa promedio anual de 10.1%.

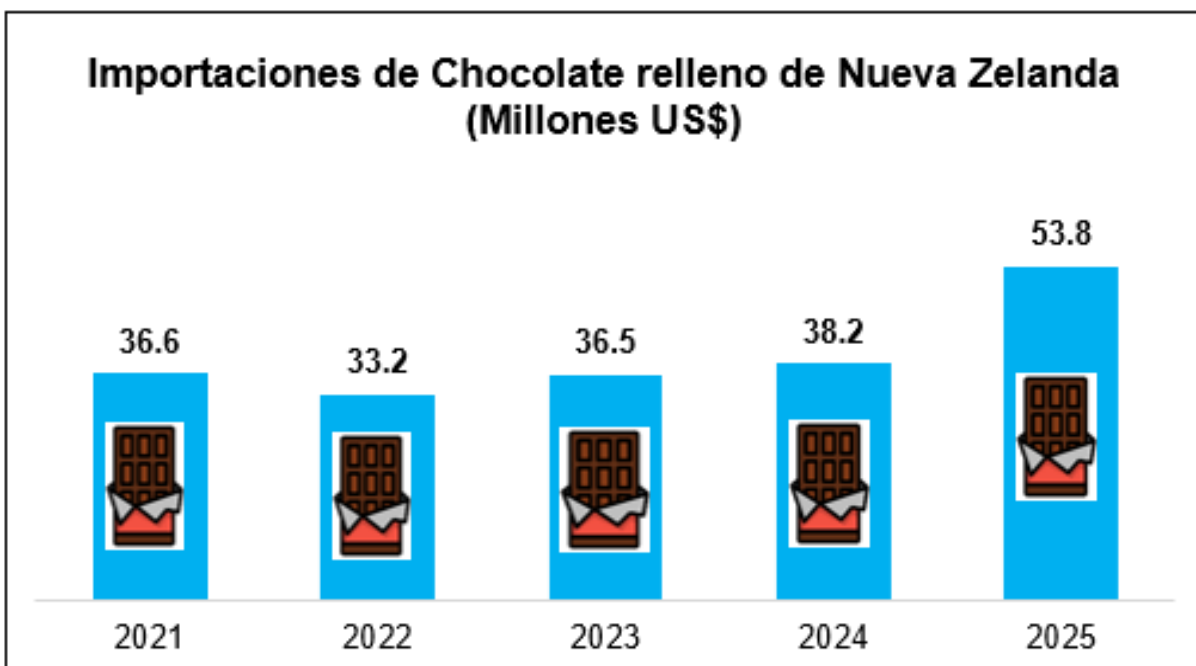
En cuanto a los volúmenes importados, Nueva Zelanda importó 8.0 mil toneladas de chocolate relleno, lo que significó un aumento interanual de 8.6%. Entre 2021 y 2025, el volumen importado creció a una tasa promedio anual de 1.0%.

✓ Principales proveedores

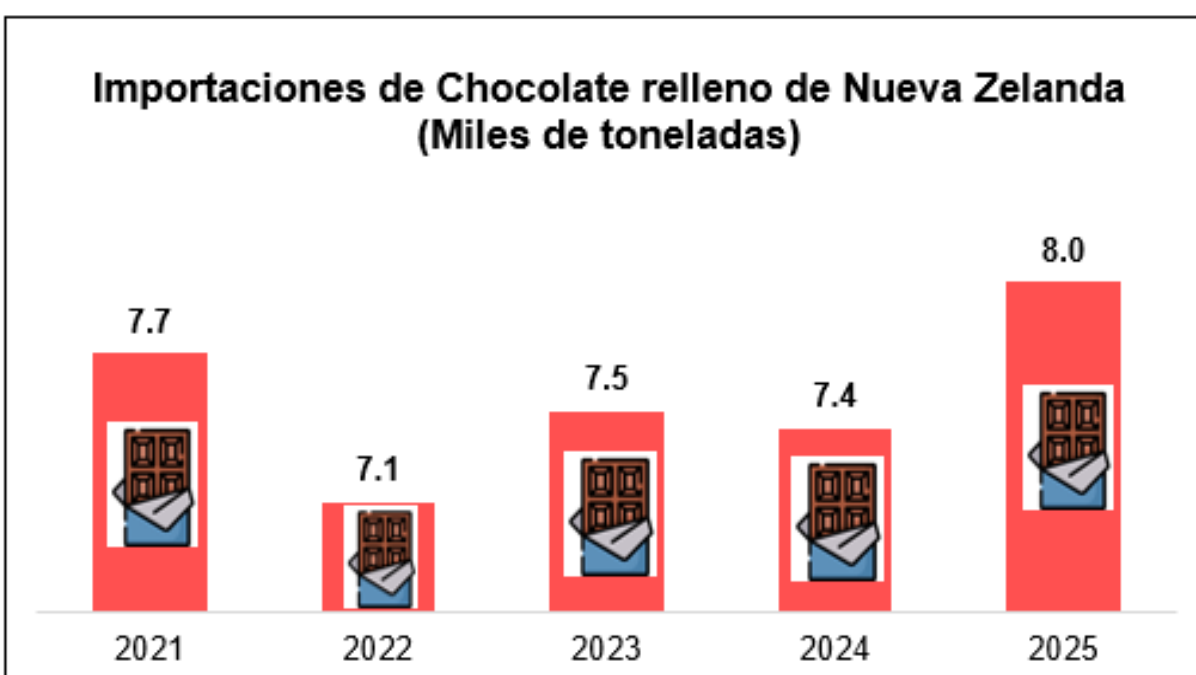
En 2025, los principales proveedores de chocolate relleno para Nueva Zelanda fueron Australia, Turquía, Reino Unido y Alemania con una participación conjunta del 88.1% de las importaciones totales en valor y 90.0%, en volumen.

Australia se ubicó como el principal abastecedor de chocolate relleno de Nueva Zelanda, con envíos por US\$ 42.3 millones (78.6% del total), con un crecimiento interanual de 30.0% y 10.1% entre 2021-2025. En términos de volumen, las exportaciones a Nueva Zelanda alcanzaron las 6.8 mil toneladas de chocolate relleno en 2025 (85.0% del total), con un aumento anual promedio de 2.9%, en el periodo de estudio.

Turquía fue su segundo proveedor y concentró el 3.3% del valor total (US\$ 1.8 millones y +29,250.0% respecto a 2024). Entre 2021 y 2025, sus envíos hacia Nueva Zelanda crecieron a una tasa promedio anual de 444.7%, la más alta entre los principales proveedores. Referente a los volúmenes enviados, Turquía realizó envíos por 0.1 mil toneladas de chocolate relleno en 2025 (1.0% del total), lo cual refleja un mayor precio promedio del chocolate relleno turco frente a otros principales proveedores. Entre 2021 y 2025, el indicador presentó una tasa de crecimiento promedio anual de 202.7%.



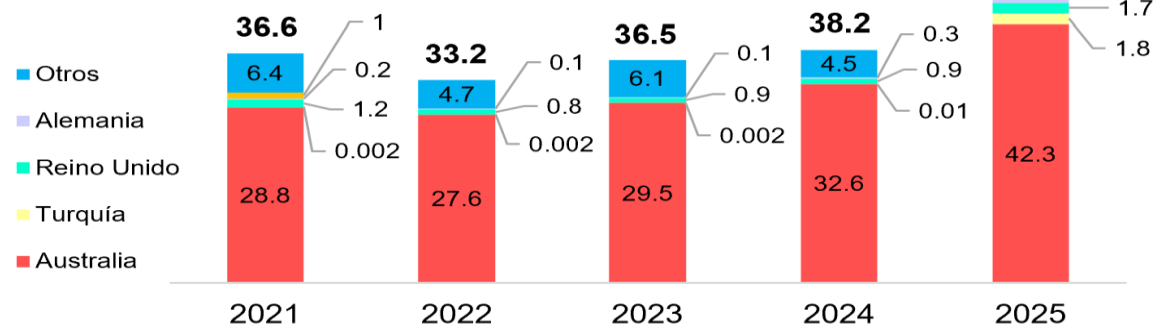
Fuente: Trade Map



Fuente: Trade Map

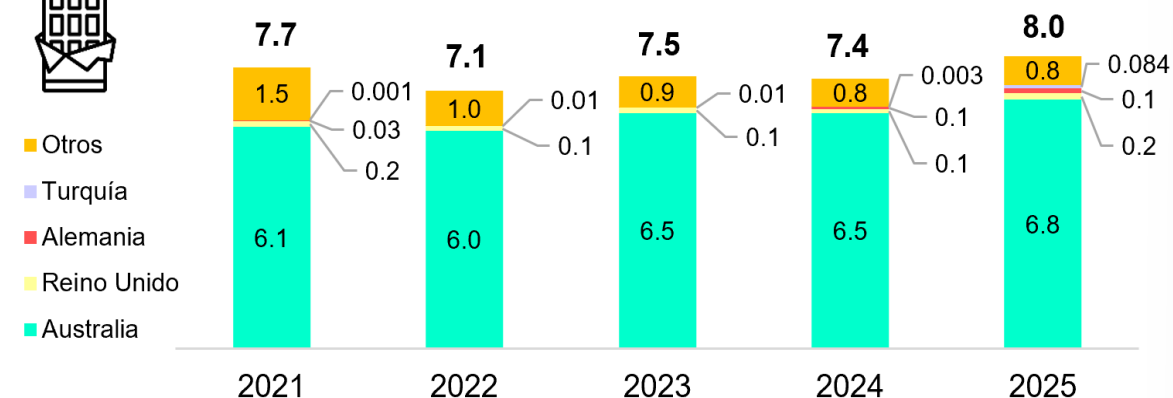
⁽¹⁾ El presente análisis se basó en la subpartida armonizada 180631: chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, con peso <= 2 kg, rellenas. Por rellenos se entiende los bloques, tabletas, barras, barritas, constituidas por una parte central de composición variable (crema, azúcar caramelizada, fruta, pasta de fruta, licor, entre otros) recubiertas de chocolate.

Importaciones de Chocolate relleno de Nueva Zelanda por países de origen (Millones US\$)



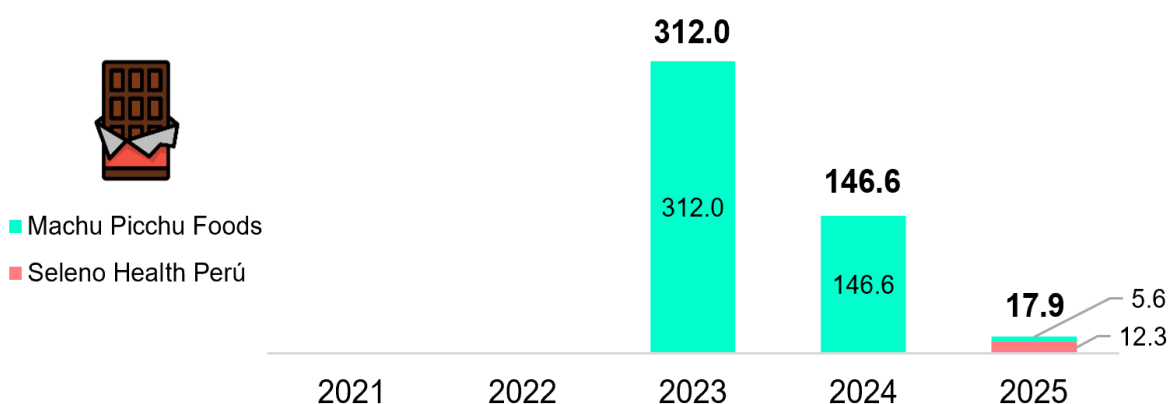
Fuente: Trade Map

Importaciones de Chocolate relleno de Nueva Zelanda por países de origen (Miles de toneladas)



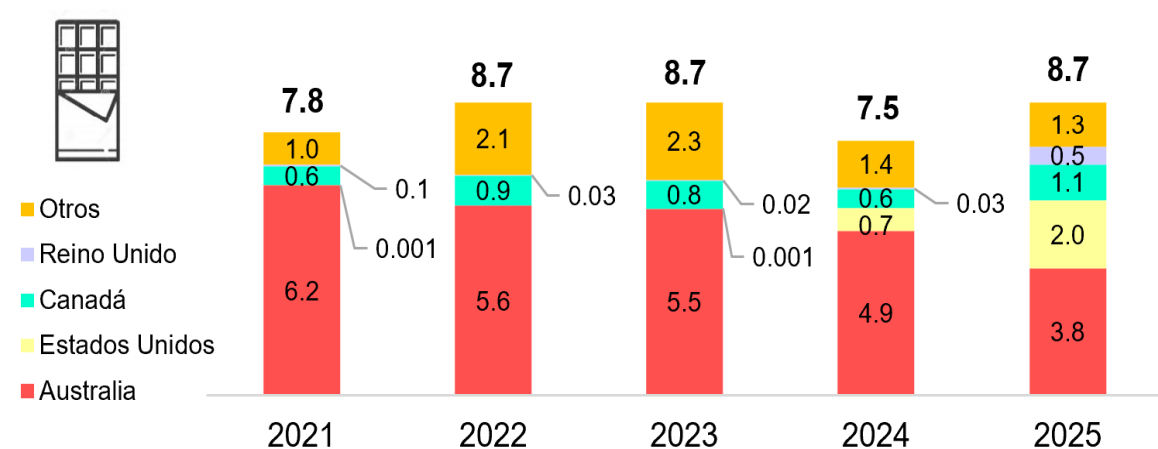
Fuente: Trade Map

Exportaciones peruanas de Chocolate relleno a Nueva Zelanda por empresa (Miles US\$)



Fuente: Trade Map

Exportaciones de Chocolate relleno de Nueva Zelanda por países destino (Millones US\$)



Fuente: ADEX Data Trade - Sunat

✓ Aranceles

El arancel general aplicado a la importación de chocolate relleno en Nueva Zelanda es 5.0%. De los 4 principales proveedores, Australia, Reino Unido y Alemania cuentan con preferencias arancelarias que les permite ingresar con 0% de arancel. En el caso de Perú, también ingresa con 0.0% (Market Access Map, 2026).

Arancel del chocolate relleno en Nueva Zelanda

País	Arancel general	Arancel preferencial	Acuerdo
Australia	5.0%	0.0%	TLC Australia - Nueva Zelanda
Turquía		-	
Reino Unido		0.0%	TLC Reino Unido - Nueva Zelanda
Alemania		0.0%	TLC Unión Europea - Nueva Zelanda
Perú		0.0%	Acuerdo Transpacífico

Fuente: Market Access Map

✓ Exportaciones de Perú

Entre 2021 y 2025, solo se registraron exportaciones peruanas de chocolate relleno a Nueva Zelanda en tres de los cinco años (2023, 2024 y 2025).

En 2025, las exportaciones peruanas de chocolate relleno hacia Nueva Zelanda registraron un valor de US\$ 17.9 mil (0.03% del total importado de Nueva Zelanda y 0.7% del total exportado por Perú al mundo), lo que significó una caída de 87.8%, frente al año anterior. Referente a los volúmenes, Perú exportó 2.0 toneladas de chocolate relleno a Nueva Zelanda en 2025, lo que significó una caída de 95.1% frente a 2024.

Seleno Health Perú S.A.C. (US\$ 12.3 mil) fue el principal exportador de chocolate relleno hacia Nueva Zelanda en 2025. En dicho año, Nueva Zelanda se posicionó como su principal mercado de destino de chocolate relleno (63.0% del valor total exportado de chocolate relleno). En el periodo 2021-2025, Seleno Health Perú sólo registró exportaciones de chocolate relleno a Nueva Zelanda en 2025.

2. Exportaciones de Nueva Zelanda

En 2025, las exportaciones de Nueva Zelanda de chocolate relleno al mundo ascendieron a US\$ 8.7 millones, lo que representó un crecimiento de 15.6% respecto a 2024. En el periodo 2021-2025, registró un crecimiento promedio anual de 2.8%.

Australia fue el principal destino de estas exportaciones en 2025, por un valor de US\$ 3.8 millones, representando el 43.4% del total de estos envíos.

El saldo comercial (FOB-CIF) de chocolate relleno para Nueva Zelanda fue negativo entre 2021 y 2025. En 2025, este déficit alcanzó los US\$ 45.1 millones, lo que evidencia una significativa dependencia del país respecto de las importaciones para cubrir su demanda interna.

3. Oportunidad en el mercado

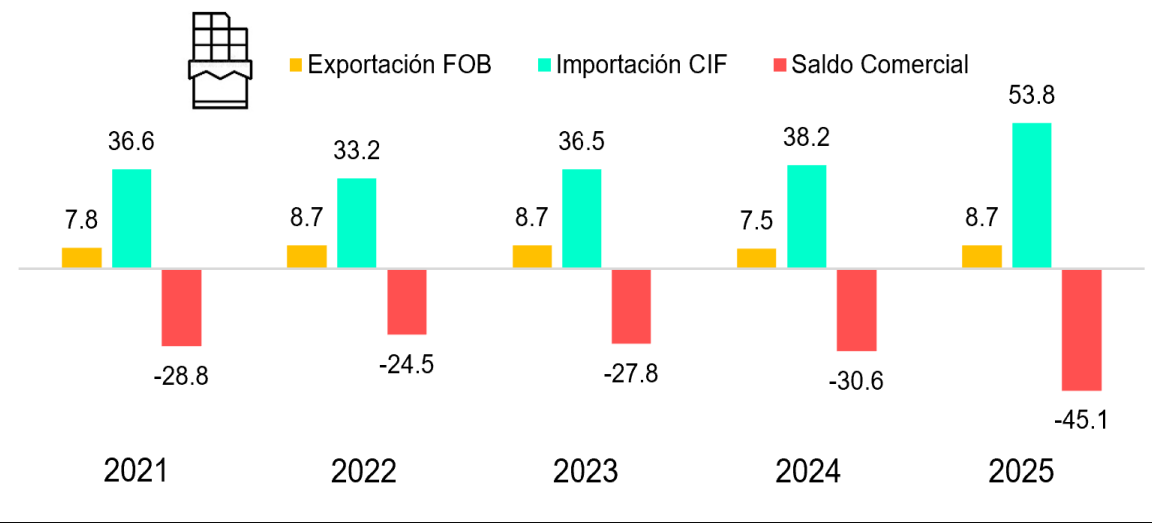
✓ Panorama general

En 2025, la subpartida peruana 1806310000 (chocolates y demás preparaciones con cacao, en bloques, tabletas o barras, rellenos) generó envíos por US\$ 2.5 millones, dirigidos a 20 destinos y realizados por 35 empresas⁽²⁾ (Adex Data Trade, 2026).

En este entorno, Nueva Zelanda aparece como un mercado de interés, con un Producto Bruto Interno que crecería 2.8% en 2026 (Westpac Bank, 2026). A pesar de ser un país pequeño en términos de población (5.3 millones), el PBI per cápita fue de US\$ 49,205.2 (Banco Mundial, 2024).

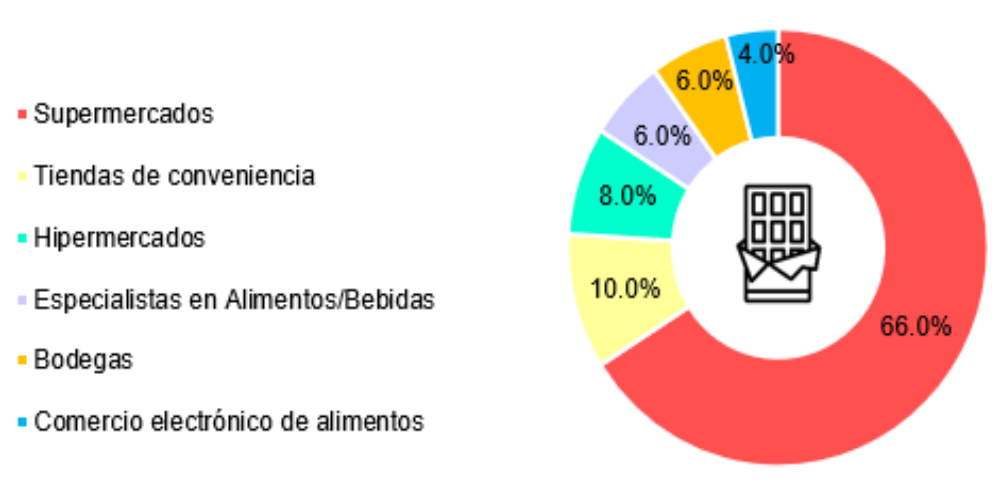
⁽²⁾ Para la contabilización, se tomó en cuenta sólo a los destinos y empresas con exportaciones mayores a US\$ 1,000 en 2025.

Saldo Comercial de Chocolate relleno de Nueva Zelanda (Millones US\$)



Fuente: Trade Map

Participación de canales del Mercado Minorista en Nueva Zelanda 2024 (Part. %)



Fuente: Trade Map

✓ Mercado de Nueva Zelanda⁽³⁾

El mercado minorista de alimentos en Nueva Zelanda alcanzó ventas de alrededor de US\$ 17 mil millones en 2024. Los supermercados lideraron las ventas, acumulando el 66.0% de la participación.

Además, destaca la alta concentración minorista, dominada por Foodstuffs (49.0%) y Woolworths (31.4%), que en conjunto concentran el 80.4% del mercado. Esto implica que el acceso al mercado depende principalmente de trabajar con distribuidores o proveedores ya integrados a estas cadenas.

Foodstuffs opera marcas como New World, Pak'n Save y Four Square bajo un modelo cooperativo descentralizado, mientras que Woolworths, opera bajo las marcas Woolworths, SuperValue y FreshChoice, manteniendo una estrategia integrada con marcas propias y economías de escala regionales. Un tercer actor relevante es The Warehouse Group (12.0%), que combina retail general con alimentos, y la reciente entrada de Costco ha introducido mayor competencia, aunque limitada a la región de Auckland.

En este entorno, el chocolate y cacao destacan como una de las categorías con mayor crecimiento en valor importado en 2024 (+28.0%), impulsado por la fuerte alza de precios internacionales, al punto de posicionarse como un producto de lujo. Esto ha generado un mercado segmentado: uno orientado a precio (dominado por marcas propias) y otro premium, donde el consumidor está dispuesto a pagar más, pero también eleva sus expectativas en términos de calidad, origen y propuesta de valor.

Geográficamente, las oportunidades comerciales se concentran en las principales áreas urbanas (Auckland, Wellington y Canterbury), que reúnen la mayor parte de la población, ingresos y diversidad de consumo. En particular, Auckland representa aproximadamente 38.0% de los establecimientos minoristas y atiende al 33.7 % de la población, consolidándose como el principal punto de entrada para nuevos productos.

La distancia hacia Nueva Zelanda implica desafíos logísticos. Sin embargo, estos pueden superarse mediante eficiencia operativa y el uso de infraestructura como el Puerto de Chancay, que podría optimizar la conexión vía Asia y mejorar la competitividad.

✓ Perfil del consumidor⁽⁴⁾

El hogar promedio en Nueva Zelanda (2 adultos y 2 niños) destina más del 22.0% de sus ingresos a alimentos, lo que genera alta sensibilidad al precio. En este contexto, crecen las marcas propias y el enfoque en precio; sin embargo, existe simultáneamente una demanda por productos diferenciados, especialmente saludables, sostenibles y con atributos funcionales. Los consumidores muestran preferencia por alimentos de origen vegetal, sin alérgenos o con beneficios específicos, así como por propuestas innovadoras y productos étnicos.

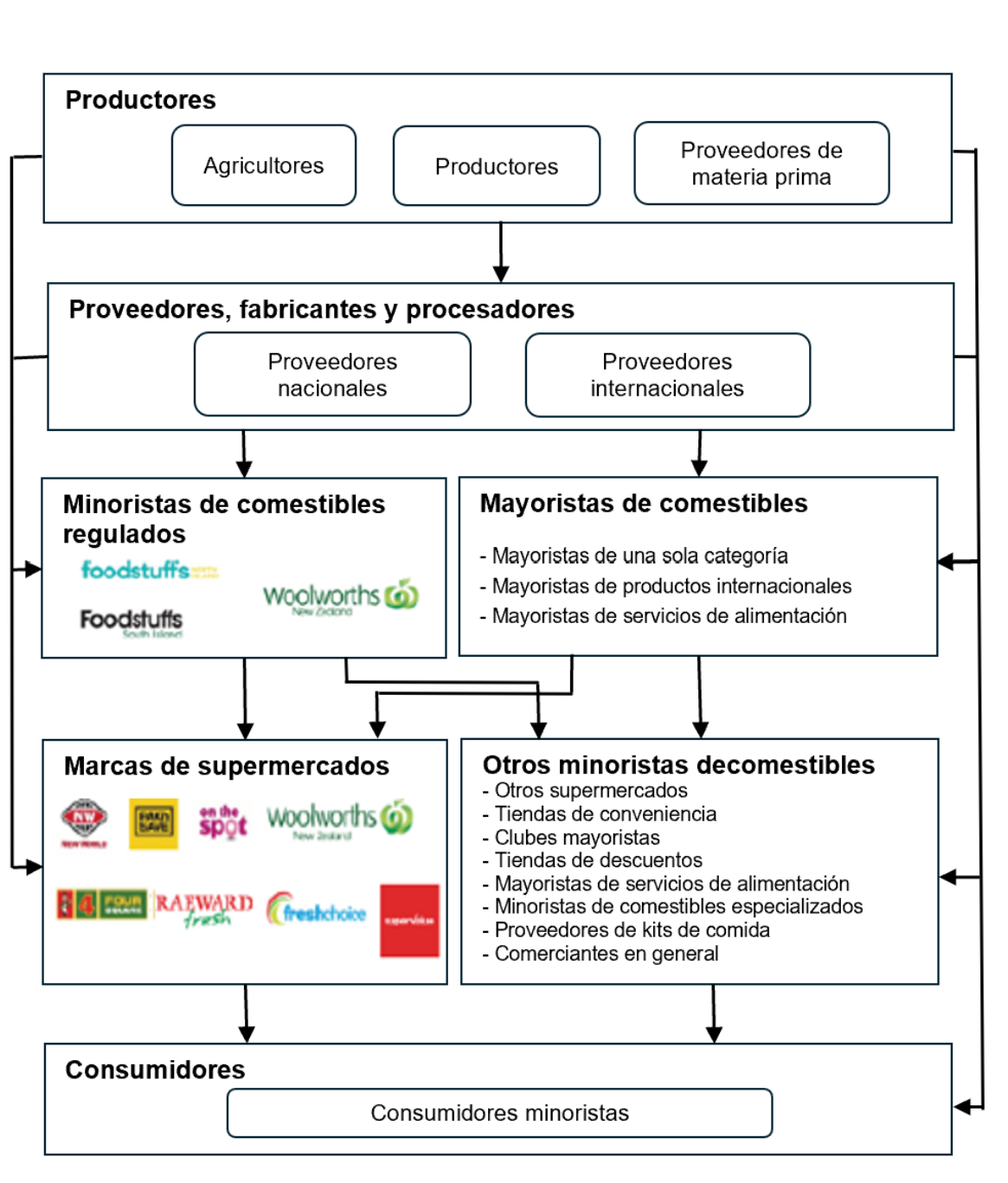
A nivel generacional, los mayores consumidores de chocolates y dulces en Nueva Zelanda fueron los *millennials* (36.0%), seguido de la generación X (28.0%) (Statista, 2023).

✓ Mercado Digital⁽⁵⁾

El comercio electrónico ha ganado relevancia en los últimos años, impulsado por inversiones de Foodstuffs y Woolworths en plataformas digitales y centros de distribución. Esto ha generado un entorno donde la logística y la distribución rápida se vuelven factores clave, abriendo oportunidades para productos importados que puedan posicionarse tanto en el canal minorista físico como en plataformas en línea.

En síntesis, las oportunidades para el chocolate se concentran en propuestas diferenciadas y de valor agregado, especialmente en nichos premium, con ingreso al mercado a través de distribuidores y focalizado en ciudades clave como Auckland, principal centro de consumo.

Estructura del Mercado de Alimentos en Nueva Zelanda



Fuente: Statista

(3),(4) y (5) Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA). Basado en reporte de Alimentos en canal minorista de Nueva Zelanda, 2025.