



Perfil de la EXPO Feria: Sweets & Snacks Expo 2026 (Las Vegas Convention Center)

México es un líder mundial en la exportación de confitería, con Estados Unidos como su principal socio, recibiendo más del 90% de estos envíos. En 2024, las exportaciones de azúcar de confitería a EE. UU. alcanzaron \$1,250 millones de dólares. **Los productos incluyen chocolates, dulces, gomitas y chicles, siendo Jalisco, Chihuahua y Nuevo León estados clave.**

El mercado mundial de confitería, que abarca chocolates y dulces, superó los USD 230 mil millones en 2023-2025, proyectando un crecimiento sostenido (CAGR de ~3-5%) hasta cerca de los USD 300 mil millones para 2030-2035. EE. UU. es el segundo mercado mundial, impulsado por la premiumización y sabores innovadores, con un consumo per cápita de 4.7 kg.

- **Segmentos Clave:** La confitería de chocolate es el segmento más grande, con ventas que superan los USD 186 mil millones y se espera que alcancen los **USD 312 mil millones para 2030**.
- **Motores de Crecimiento:** El aumento del consumo de productos orgánicos, bajos en azúcar y de primera calidad (premiumización), junto con la expansión del comercio electrónico.

Mercado de Confitería en Estados Unidos (USA)

- **Posición:** Estados Unidos es el **segundo mercado mundial de confitería** y el líder en consumo de chicles.
- **Consumo y Preferencias:** Los consumidores estadounidenses consumen una media de 4.7 kg (10.4 lb) de productos de confitería al año.
- **Mercado de Azúcar:** El mercado de confitería de azúcar en América del Norte (siendo USA el mayor participante) superará los USD 30 mil millones para 2030.
- **Tendencias:** Fuerte demanda de chocolates con ingredientes funcionales, sabores novedosos y productos de temporada.

Tendencias Globales y Regionales

- **Asia-Pacífico** es el mercado de más rápido crecimiento y se convertirá en el más grande en valor en la próxima década.

- **Europa** mantiene una alta cuota de mercado, dominando especialmente en el segmento de chocolate.

Qué es: feria B2B (trade-only) enfocada en confitería y snacks; no está abierta al público.

Sede y fechas: Las Vegas Convention Center (West Hall), Las Vegas, NV; 19–21 de mayo de 2026 + pre-show 18 de mayo. ([Sweets and Snacks Expo](#))

Supplier Showcase: 18 y 19 de mayo (espacio para proveedores/insumos/servicios).

¿Lo que está en juego? Éxito.
Desde minoristas de una sola tienda hasta marcas multinacionales, aquí es donde debes acudir para aprender y crecer.

1000 Candy, snack & frozen exhibitors
40 Insights-driven education sessions
15000+ Industry and retail peers
96% Attendees recommend Sweets & Snacks

Prueba las novedades. Descubre lo que se vende. Domina tu surtido.
Mejora tu oferta de productos con los últimos lanzamientos y las tendencias imprescindibles en dulces y snacks. Aquí es donde se descubren los artículos más destacados y se perfeccionan las estrategias de venta. **Abastécete de lo que destaca.**

94% of attendees rely on the show to stay current on the latest products and trends.

Perfil de quienes exponen (exhibitors)

En el piso encontrarás principalmente:

- Marcas de confitería y chocolate, marcas de snacks, y empresas que hacen ambos (el propio show reporta: 43% chocolate/candy, 42% snacks, 15% ambos).
- Empresas de distintos tamaños (en el prospecto: 45% pequeñas, 30% medianas, 25% grandes)
- Además, por el Supplier Showcase, también hay proveedores de ingredientes, empaques, maquinaria/servicios orientados a la industria.
- Herramienta práctica para prospectar expositores: el show usa el directorio/planner de MapYourShow para la lista de expositores 2026.

Perfil de quienes asisten (attendees)

El evento enfatiza que los asistentes son **verificados** (industria y empleo/propiedad), y su audiencia está compuesta por compradores y socios comerciales de varios “canales de trade”.

1) Canales de negocio (mix)

El prospecto del show muestra el mix por canal (aprox.):

- Especialidad / militar / departamental: 27%
- Distribuidor / mayorista: 26%
- Grocery / drug / mass / convenience / value / club: 20%
- Alternativo: 13%
- E-commerce: 10%
- Importador / exportador: 4%

2) Tipos de asistentes (categorías típicas)

Las definiciones oficiales de asistencia incluyen (entre otras):

- Retail & e-commerce (convenience, club/warehouse, grocery/mass, drug, value/dollar, etc.). (Sweets and Snacks Expo)
- Distribuidores / mayoristas (incluye importer/exporter como negocio calificado dentro de esta categoría). (Sweets and Snacks Expo)
- Food service / meal delivery, concessions, especialidad/gourmet/alternativo, etc. (Sweets and Snacks Expo)

3) Activaciones útiles para conectar

En el programa aparece un evento llamado **“Distributor Connect”**, pensado para interacción con distribuidores.

Impacto potencial para una PYME mexicana (por qué puede valer la pena)

Impactos “duros” (comerciales):

- Acceso concentrado a compradores retail, distribuidores/mayoristas y algunos importadores (el propio show reporta 26% distribuidor/mayorista y 4% importador/exportador dentro del mix).
- Posibilidad de testear propuesta (precio, empaque, claims, sabores) con compradores de canales distintos en pocos días.

Impactos “blandos” (estratégicos):

- Aprender “qué se está comprando” en EE. UU. y cómo lo presentan (formatos, gramajes, claims, tendencias de empaque, etc.).
- Identificar brokers/repres (muy comunes en grocery/convenience) y proveedores para escalar.

Riesgo típico si vas sin preparación: generar interés... pero perderlo por no tener lista la parte **regulatoria/logística** (etiquetado, importación, vida de anaquel, capacidades de producción, etc.).

Cómo ir preparado (checklist específico para vender en EE. UU.)

1) Oferta lista para canal (no “genérica”)

Lleva 2–3 “paquetes” por canal con **MOQ, precio y condiciones**:

- Distribuidor/mayorista: precio por caja, paletización, lead time, términos (Net, prepago, etc.).
- Retail: MSRP sugerido, margen target, planogram-friendly (SRP, displays), promo/intro deals.
- E-commerce: empaque resistente, bundles, costos de fulfillment.

2) Material comercial (inglés) listo para escanear y reenviar

- One-pager por SKU (ingredientes, alérgenos, vida útil, empaque, UPC si ya tienes).
- Lista de precios (FOB México / “delivered” aproximado a bodega en EE. UU. si ya lo calculaste).
- “Capabilities sheet”: capacidad mensual, certificaciones (HACCP/GFSI/Orgánico/Kosher/Halal si aplica), co-manufacturing si aplica.

3) Preparación regulatoria mínima (para no frenar el deal)

Para alimentos en EE. UU., FDA enfatiza que **no “aprueba” productos antes de importarse**, pero sí exige **registro de instalaciones** y **Prior Notice** para embarques entrantes.

Y bajo FSMA, existe el esquema **FSVP** (obligaciones del “importer” en EE. UU. para verificar a su proveedor extranjero). (

Qué llevar listo para conversaciones (sin volverte abogado):

- Quién será tu importer of record / FSVP importer (a veces el distribuidor lo asume; a veces piden que tú lo resuelvas). (U.S. Food and Drug Administration)
 - Evidencia de controles de inocuidad (HACCP, auditorías, especificaciones, COA por lote si aplica).
 - Borrador de etiqueta en inglés (claims conservadores; alérgenos claros).
- (Esto no sustituye asesoría, pero te evita quedarte en “me interesa, pero luego vemos”).*

Cómo encontrar distribuidores/mayoristas/importadores dentro del show (táctica de campo)

1. Prospección previa (2–3 semanas antes)

- Usa la lista de expositores/planner para ubicar:
 - distribuidores, brokers, “private label partners”, importers, y también retailers que asistan con equipo de compras. (2026 Sweets & Snacks Expo)
 - Agenda mensajes cortos: 2 líneas + link a one-pager + “¿15 min en el booth/lobby?”.
 - Filtrado rápido en el piso (preguntas clave en 60 segundos)
- Para un distribuidor/mayorista:

- ¿Cobertura geográfica y canales? (convenience, specialty, club, e-comm)
- ¿Categorías que ya mueven? (candy, chocolate, salty, functional)
- ¿Requisitos de onboarding? (márgenes, fees, EDI, seguros, pallets)
- ¿Ellos importan o trabajan con importador? (FSVP/importer) (U.S. Food and Drug Administration)

2. Usa momentos diseñados para networking

- Identifica y prioriza espacios como **Distributor Connect**. ([Sweets and Snacks Expo](#))

3. Cierre post-show (72 horas)

- Correo de seguimiento con: lista corta de SKUs + precio por escenario + próximos pasos claros (muestras, NDA, cotización formal, calendario de prueba).

Requisitos para asistir (lo que normalmente “atora” a una PYME)

Reglas de admisión y verificación

- Es trade-only (solo industria). (Sweets and Snacks Expo)
- Cada persona debe calificar: (1) empresa activa en candy/snacks y (2) ser dueño/empleado verificable. (Sweets and Snacks Expo)
- Pueden pedir documentación (ej.: facturas de compras “bulk” recientes, licencia, catálogo, website; y pruebas de empleo como pay stub/LinkedIn/correo corporativo, etc.). (Sweets and Snacks Expo)
- Proceso de aprobación: típicamente 3–5 días hábiles. (Sweets and Snacks Expo)

Registro / badge (políticas importantes)

- Registro abre en diciembre 2025 y hay registro online y on-site (las tarifas suben conforme se acerca la fecha). (Sweets and Snacks Expo)
- No hay pases de un solo día. (Sweets and Snacks Expo)
- No hay reembolsos (salvo cancelación del show). (Sweets and Snacks Expo)
- Badge perdido/robado: cargo de \$100. (Sweets and Snacks Expo)
- Requieren email único por registrante. (Sweets and Snacks Expo)
- Edad: **no menores de 16** (con reglas específicas para lactantes). ([Sweets and Snacks Expo](#))

Tarifas (referencia rápida)

Para categorías de compradores (retail/e-comm, food service, distributor, etc.) el sitio publica rangos tipo **\$30–\$175** según ventana (early/advance/onsite). ([Sweets and Snacks Expo](#))

Si me dices **qué vendes** (confitería, chocolate, snack salado, “better-for-you”, etc.), tu **capacidad mensual** y si ya tienes **etiqueta en inglés/UPC**, te armo una lista de “targets”

por canal (distribuidores/brokers/importers) y un guion de 30 segundos para prospectar en el piso, alineado a tu caso.