



# Coyuntura Sectorial

---

## Sector Agro

Diana Maraví  
Abril 2023



# | Agenda

## | 01 Contexto Macro

| Producción mundial

| Pronósticos 2022-2027

| Tendencias Sectoriales

## | 02 Desempeño Sectorial

1

# Contexto Macro

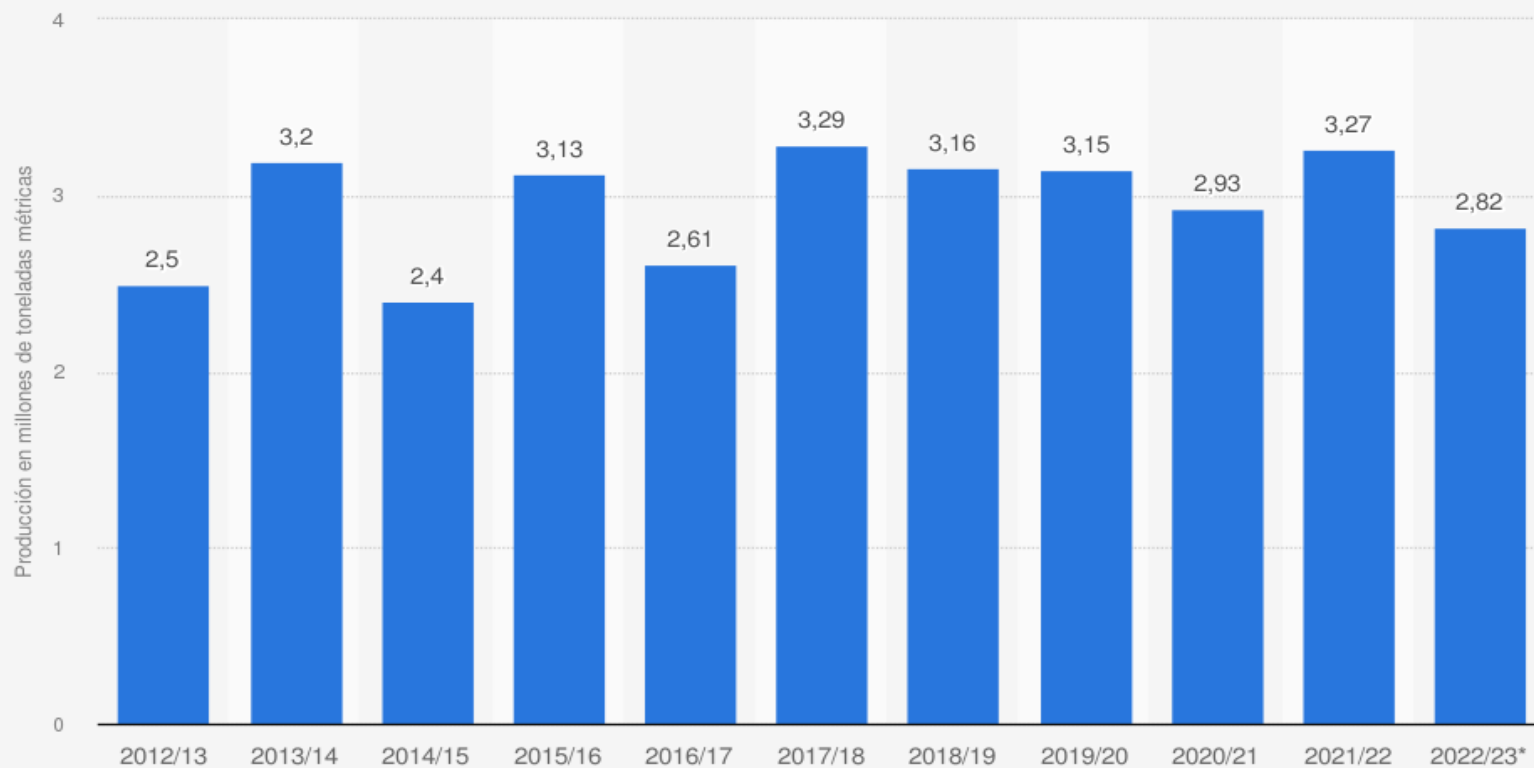
# Aceites Vegetales

En el caso de España, durante la pasada campaña la producción ascendió a un total de 1.412.000 toneladas para pasar a 780.000 toneladas en la campaña 2022/2023, un descenso del 47,7%. Lo mismo ha ocurrido en Italia y Portugal, donde ha descendido un 28,6% y 39,4%, respectivamente. En el caso de Grecia la producción para esta campaña ha aumentado un 50,9%.



# 01 | Contexto Macro

Volumen de aceite de oliva producido en el mundo entre 2012/13 y 2022/2023 (en millones de toneladas métricas)



Esta estadística muestra la evolución de la producción mundial de aceite de oliva desde la campaña de 2012/2013 hasta la campaña de 2022/2023. En la campaña 2022/2023, se produjeron a nivel mundial un total de aproximadamente 2,8 millones de toneladas métricas de aceite de oliva. Esta cantidad supuso un decrecimiento de unas 500.000 toneladas con respecto al volumen de esta clase de aceite producido durante la campaña anterior.

## Fuentes

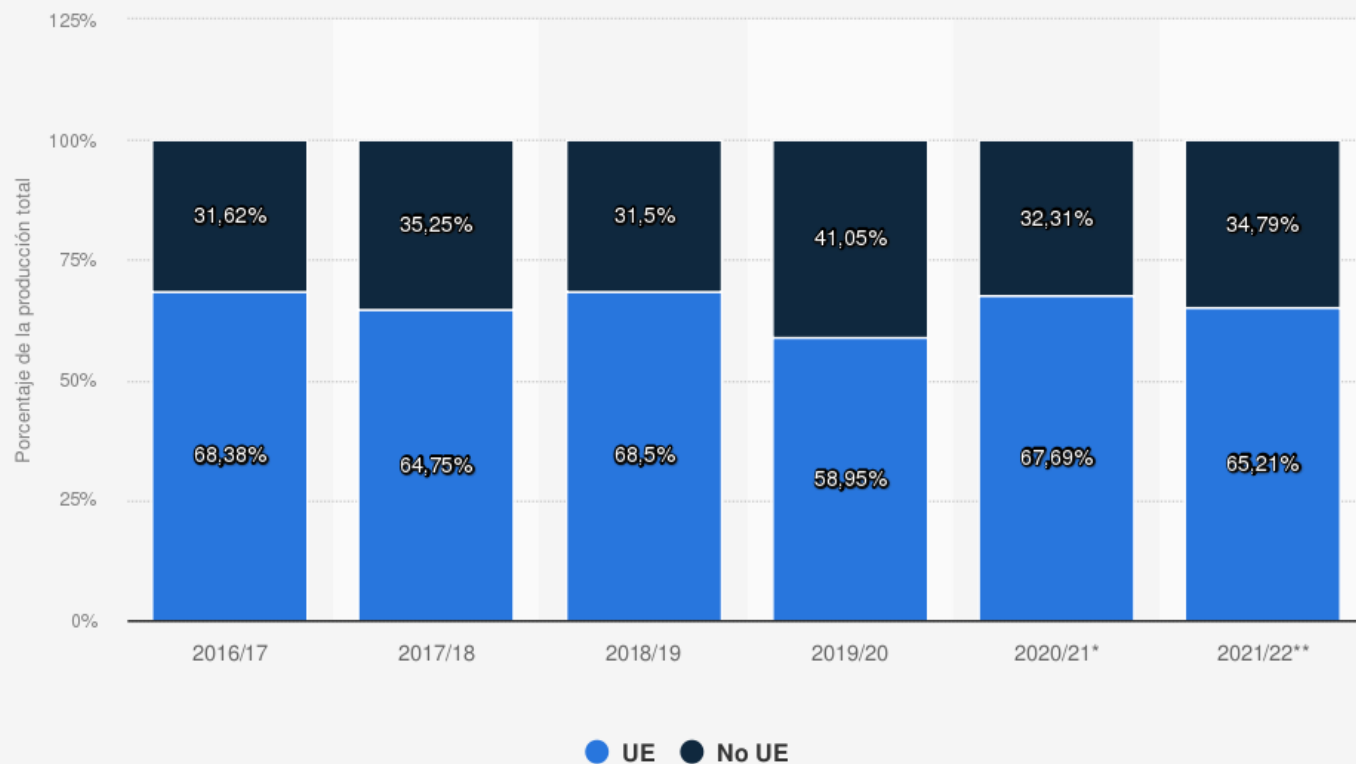
USDA Foreign Agricultural Service; US Department of Agriculture  
© Statista 2023

## Información adicional:

Mundial; 2012/13 - 2022/23

# 01 | Contexto Macro

Distribución porcentual de la producción de aceite de oliva mundial entre 2016/17 y 2021/22, por región



Fuentes

European Commission; International Olive Council  
© Statista 2022

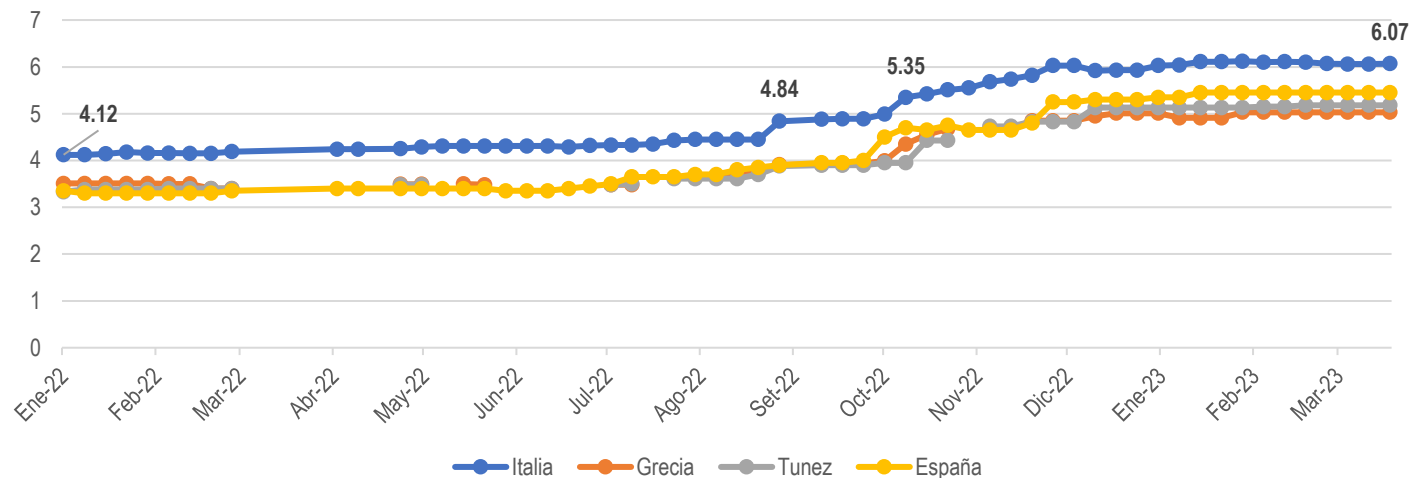
Información adicional:

Mundial; International Olive Council; 2016/17 - 2021/22

La Unión Europea es la principal productora de aceite de oliva del mundo. De hecho, a excepción de la campaña 2019/2020, los países de la UE (España, Italia, Grecia) han sido el origen de más del 65% de la producción mundial de este tipo de aceite, situándose en torno al 68% en la temporada 2020/2021. Estados no pertenecientes a la Unión Europea por encima de las 100 mil toneladas, en ocasiones, Turquía, Siria y Marruecos se sitúan en la cuarta, quinta y sexta plaza del ranking, con producciones de 60-180, 60-130 y 50-120 miles de toneladas, respectivamente.

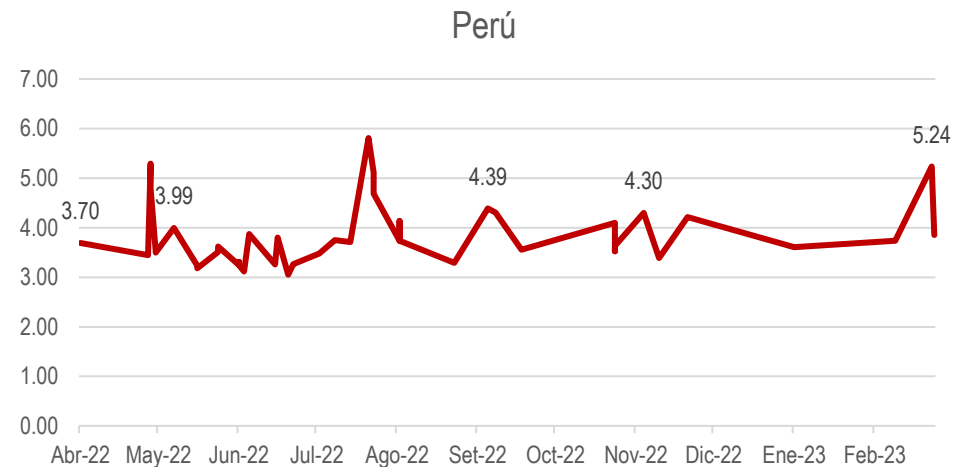
# 01 | Contexto Macro

## Evolución del precio EUR/kg



Fuente: [Olimerca](#)

## Evolución del precio EUR/kg



Fuente: Veritrade

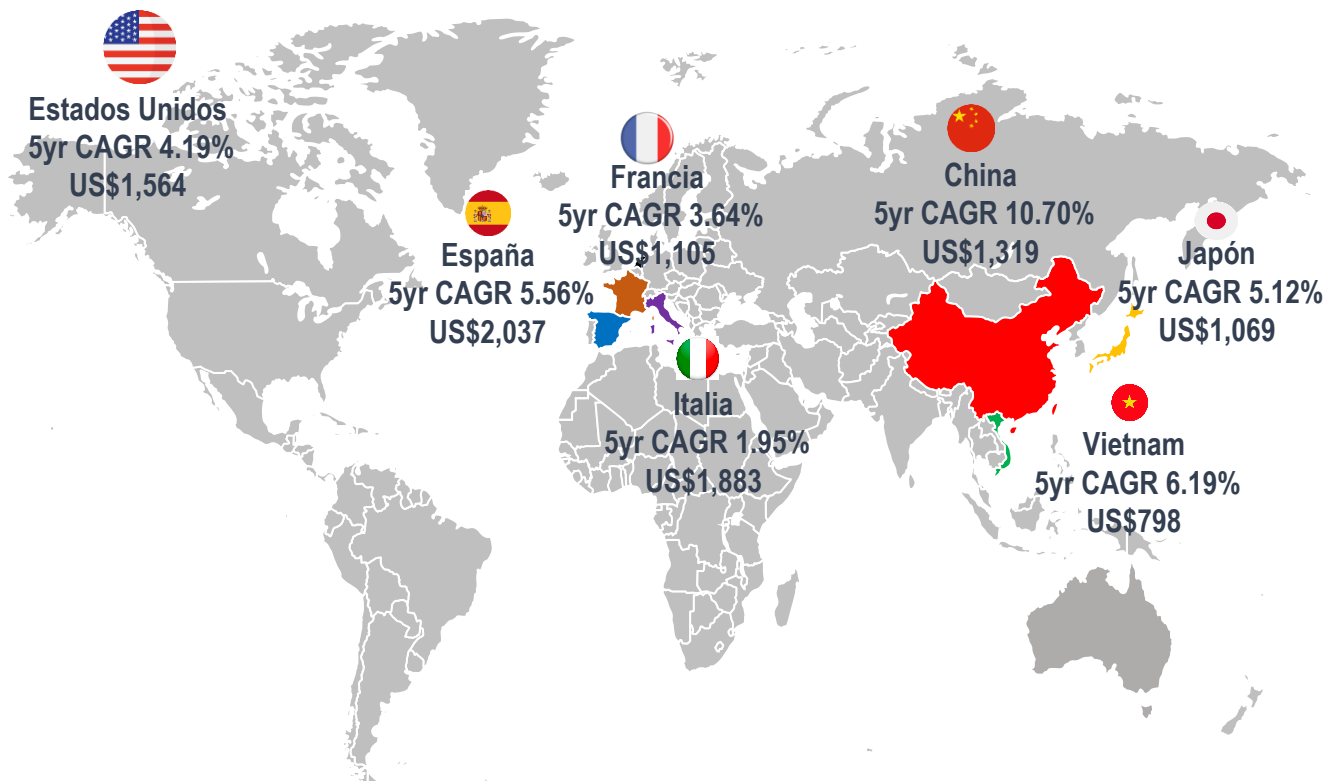
El sector aceitero en España atraviesa una situación delicada. Las olas de calor cada vez más recurrentes a causa del cambio climático y la escasez de lluvias han provocado que la cosecha de este año sea muy inferior a la producción habitual. También al sur de Europa.

Con una campaña muy corta, en España los precios en origen del aceite de oliva vuelven a repuntar y la histórica caída de la producción amenaza con seguir presionando los precios al alza.

Fuente: Consejo Oleícola Internacional (COI)

# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Segment	Continent	TAMAÑO MERCADO		
		2027		2022
		Value M USD	5yr CAGR M USD (%)	Value M USD
Olive Oil	Africa	83.45	.87	79.93
	Asia	4,259.07	7.30	2,994.83
	Australasia	454.81	5.43	349.16
	East Europe	883.57	2.53	779.65
	Latin America	1,281.48	4.41	1,032.68
	Middle East, North Africa	1,274.44	3.01	1,099.01
	North America	1,866.23	4.40	1,504.40
	West Europe	7,879.00	3.76	6,551.14
	Vegetable Oil	Africa	1,375.96	1.20
Asia		71,115.35	4.94	55,879.83
Australasia		1,686.92	5.80	1,272.76
East Europe		4,693.53	3.54	3,944.49
Latin America		8,816.85	5.79	6,655.65
Middle East, North Africa		4,795.39	.31	4,721.39
North America		6,298.35	4.56	5,040.09
West Europe		7,796.53	3.44	6,582.11

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Australia (USD380millones/CAGR 5.87%), Brasil (USD639millones/CAGR 4.86%), Alemania (USD492millones/CAGR 3.79%), y Reino Unido (USD458millones/CAGR 6.38%).

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

## EXPERIENCIA SENSORIAL, NUTRICIÓN, ORGÁNICO

Los 3 mejores aceites de oliva virgen extra 2022-23, según Alimentos de España



Aceite frutado muy intenso de aceitunas verdes, muy complejo, con descriptores verdes de tomate, plátano, manzana, alloza y hierbas aromáticas. De entrada, dulce en boca y amargo y picante de intensidad media.



Frutado muy intenso de aceitunas verdes, con notas de hierba, hoja, alloza, alcachofa y tomatera y otros frutos verdes como plátano, manzana y cítricos. En boca es de entrada ligeramente dulce y amargo y picante de intensidad media-alta.

Es un aceite almendrado, complejo y equilibrado.



Aceite frutado intenso de aceitunas con notas maduras de pera, manzana, plátano y almendra. Se perciben notas de frutos secos, canela, vainilla y hierbas aromáticas como hinojo. Es almendrado y dulce en boca con amargo y picante ligeros. Equilibrado y armónico.

Fuente: Olimerca

# 01 | Tendencias

## EXPERIENCIA SENSORIAL, NUTRICIÓN, ORGÁNICO



Uno de estos lanzamientos es para Freidoras de Aire ya está en el mercado, se trata de un aceite de semillas diseñado para el popular Air Fryer. El intenso aroma de la trufa combinado con aceite de oliva virgen extra aporta un sabor único a los platos: pastas, setas, carnes, tortillas o incluso pizzas. Este spray se lanzará al mercado en las próximas semanas.



Aceite de oliva infundido con fitoplancton marino. Un producto único en el mundo, de intenso aroma y explosivo sabor a mar, al que se une – de forma sorprendente- el verde y frutado del zumo de aceituna fresca..



Calivirgin Aceite de Oliva Naranja Sangre - Aceite de Oliva Virgen Extra Infundido de Naranja - Aceite de Oliva Prensado en Frío - Aceite de Oliva con Sabor Naranja Sangre - Sin Conservantes, Aceitunas Cultivadas Orgánicamente - 8.5 fl oz

Fuente: Olimerca

# 01 | Tendencias

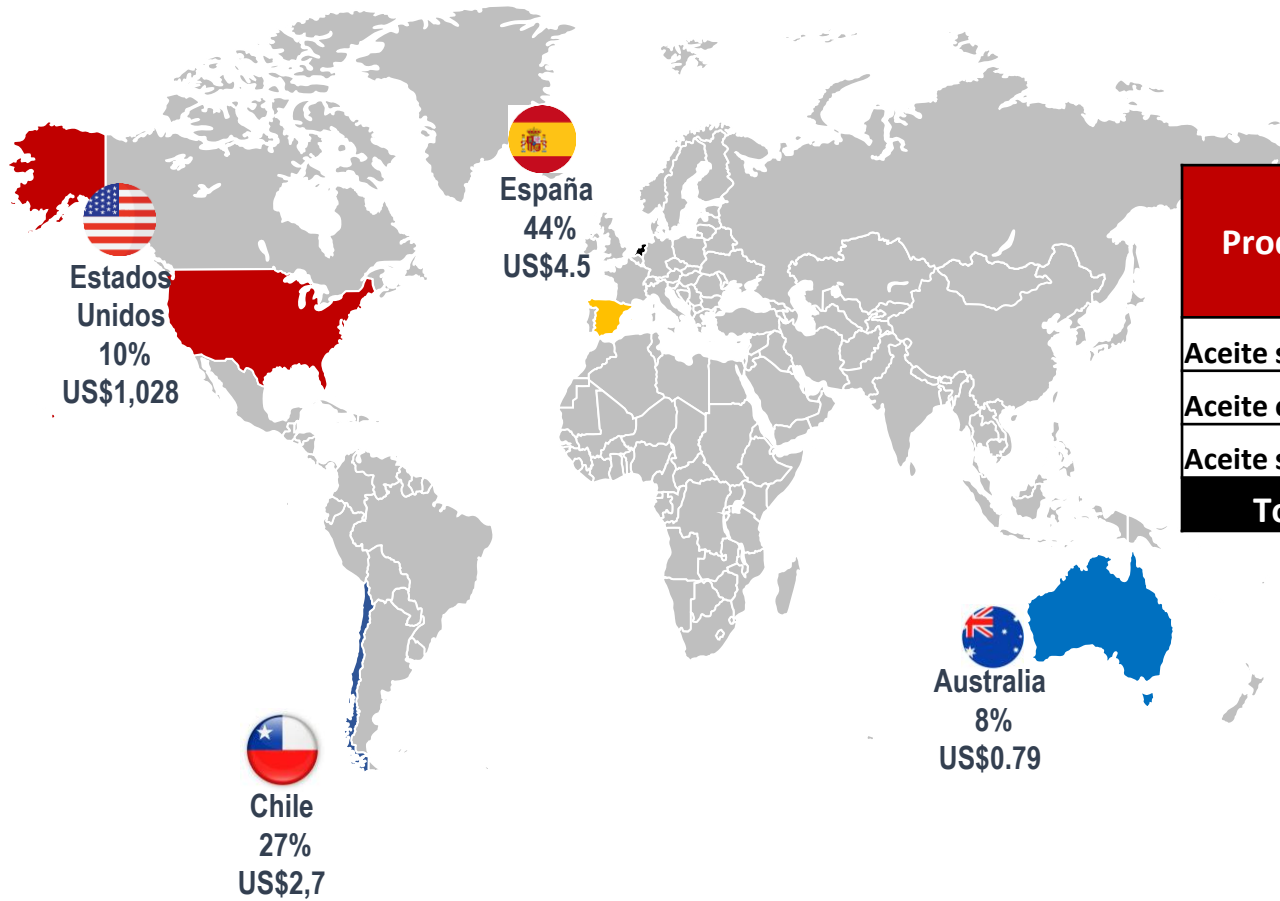
## MULTICULTURALIDAD Y EL CRECIMIENTO DE LA OFERTA DE ALIMENTOS ÉTNICOS



Fuente: Estudio de procesados en Canadá

# 02 | Desempeño sectorial **Evolución de las exportaciones de Aceites de oliva y vegetales de Perú**

## USD Millones



Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP % 22/18
Aceite soja	0.00041	0.22	0.00039	0.12	1.22	↑ 882	1	↑ 638
Aceite olivo	4	8	5	4	9	↑ 110	4	↑ 22
Aceite sésamo	0.015	0.035	0.041	0.24	0.040	↑ -83	0	↑ 29
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>↑ 121</b>	<b>100</b>	<b>↑ 26</b>

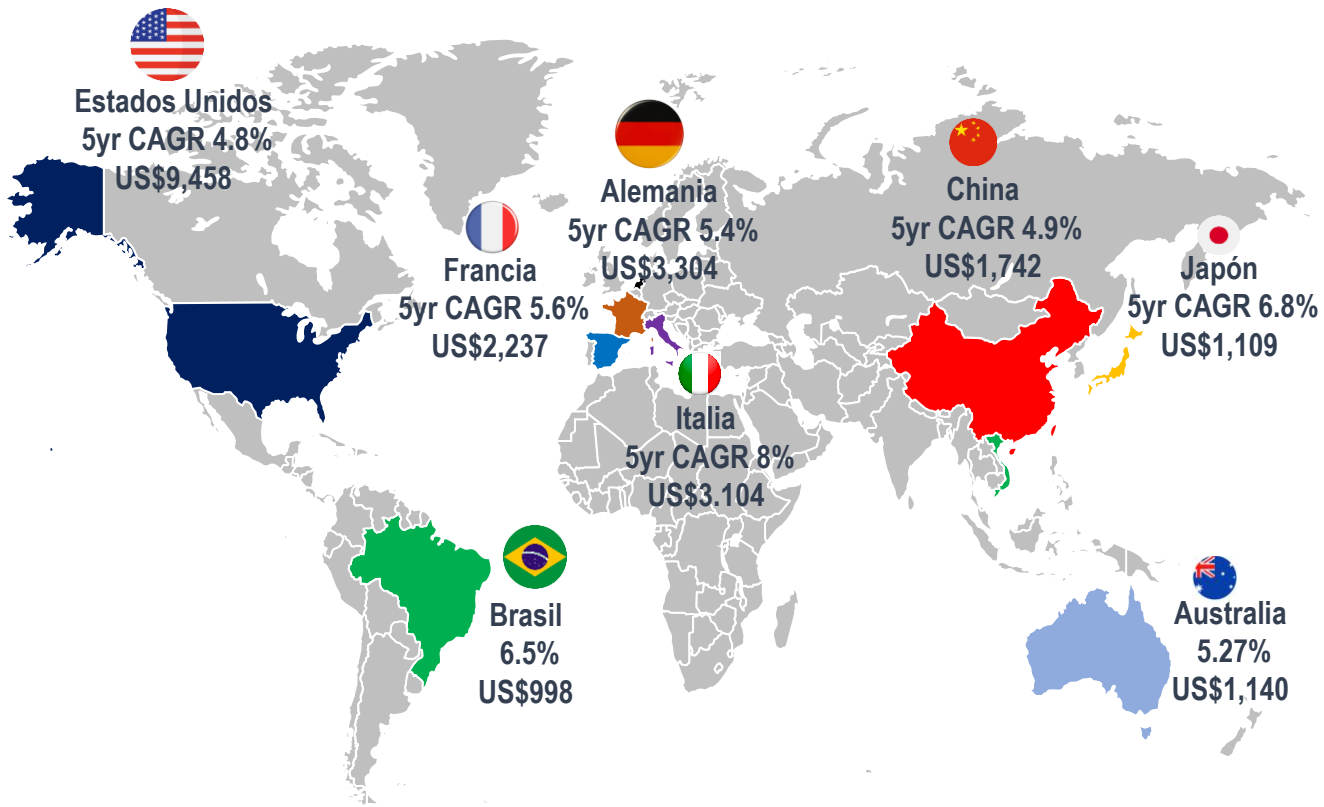
Fuente: Infotrade

# Conservas



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Category	Continent	TAMAÑO MERCADO		
		2027	2022	
		Value M USD	5yr CAGR M USD (%)	Value M USD
Canned fruit	Africa	329.74	-.04	330.40
	Asia	5,309.74	5.66	4,032.29
	Australasia	534.87	3.85	442.76
	East Europe	2,063.18	2.83	1,794.71
	Latin America	2,427.58	5.48	1,858.77
	Middle East, North Africa	1,525.93	.58	1,482.73
	North America	4,234.21	3.96	3,487.57
	West Europe	6,399.19	5.36	4,928.43
Canned vegetables	Africa	711.61	1.19	670.71
	Asia	4,227.06	6.03	3,154.60
	Australasia	1,349.10	4.81	1,066.88
	East Europe	4,947.46	1.86	4,512.14
	Latin America	5,492.89	5.56	4,189.96
	Middle East, North Africa	2,144.15	-2.72	2,461.45
	North America	10,532.65	4.89	8,296.38
	West Europe	14,755.03	6.09	10,979.92

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Polonia (USD497millones/CAGR 5.57%), Chile (USD751millones/CAGR 7.29%), Canadá (USD1,074millones/CAGR 6.19%), y Reino Unido (USD1,896millones/CAGR 8%) en la categoría de vegetales en conserva.

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

## Transparencia y seguridad alimentaria

Aceitunas (blancas y negras - calibres diversos). Con o sin rellenos, enteras (con o sin pepa) y en rodajas. Variedades diversas (Populares: Kalamata, Mansanilla y Thassos)  
Envases de lata, vidrio y de plástico transparente de 250mL, 375mL, 500mL, 750mL. En sobres de plástico de 150gr – 200gr. Alcachofas de variedades diversas (corazones, trozos y fondos) marinados Envases de lata y de, vidrio de 170mL, 250mL, 340 mL, 375mL, 398mL, 500mL, 750mL, Espárragos verdes marinados y sin marinar (calibres:



Fuente: Estudio de procesados en Canadá

# 01 | Tendencias

## Productos procesados listos para el consumo- búsqueda de comodidad y eficiencia.



### Quinoa With Mixed Vegetables & Goji Berries Frozen 250g

Orogel

Dhs. 18.50

Quantity

1

SOLD OUT

♥ Add to Wishlist



Enable Push Notifications

OR

Or e-mail me when available

Enter your email address

We will send an email, Facebook Messenger or Webpush when product available. Your email address will not be shared with anyone else.



### Biona Chilli Con Quinoa Organic, 400 gm

Brand: Biona

★★★★★ 3 ratings

Price: AED20.30 (AED5.08 /100 g)

All prices include VAT.



Delivered by  
Amazon



Secure  
transaction

10% discount with Citibank (code CB10DEC). Discount by Amazon. 2 prom

New (3) from AED 20.30 FREE Delivery on your first order.

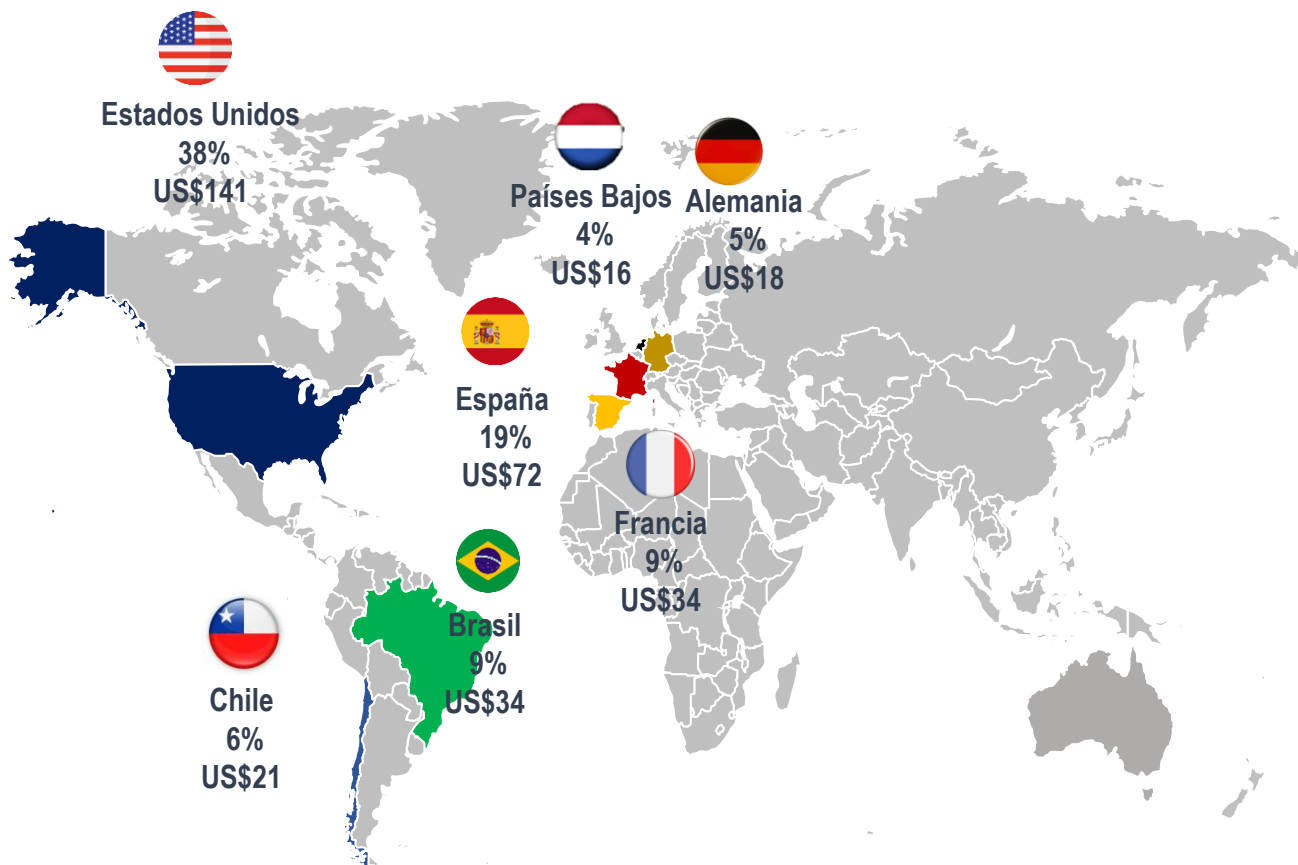
- Serve alongside rice and guacamole for a delicious Mexican inspired meal.
- This products is organic.
- Ready to eat. Suitable for Vegans.

<https://www.amazon.ae/>

<https://casinetto.com/>

Fuente: Estudio de procesados EAU

## Evolución de las exportaciones de conservas de Perú USD Millones



Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP%. 22/18
Alcachofa	124	115	126	136	144	↑ 5.7	39	↑ 3.8
Espárragos	100	104	105	101	104	↑ 2.1	28	↑ 1
Aceitunas	32	45	46	46	59	↑ 29.3	16	↑ 16.5
Pimientos	20	28	26	23	25	↑ 8.9	7	↑ 5.7
Mangos	16	16	14	14	23	↑ 60	6	↑ 9.5
Palmitos	7	8.7	8.6	10	12	↑ 27.1	3	↑ 14.4
Piquillo	39	39	60	52	0.90	↓ 98	0	↓ 61
P.Cherry	15	3	0.55	0.34	0.52	↑ 51.7	0	↓ 57
Tapenade	0.45	0.33	0.43	0.49	0.13	↓ 73	0	↓ 27
<b>Total</b>	<b>353</b>	<b>359</b>	<b>387</b>	<b>383</b>	<b>369</b>	<b>↓ 4</b>	<b>100</b>	<b>↑ 1.1</b>

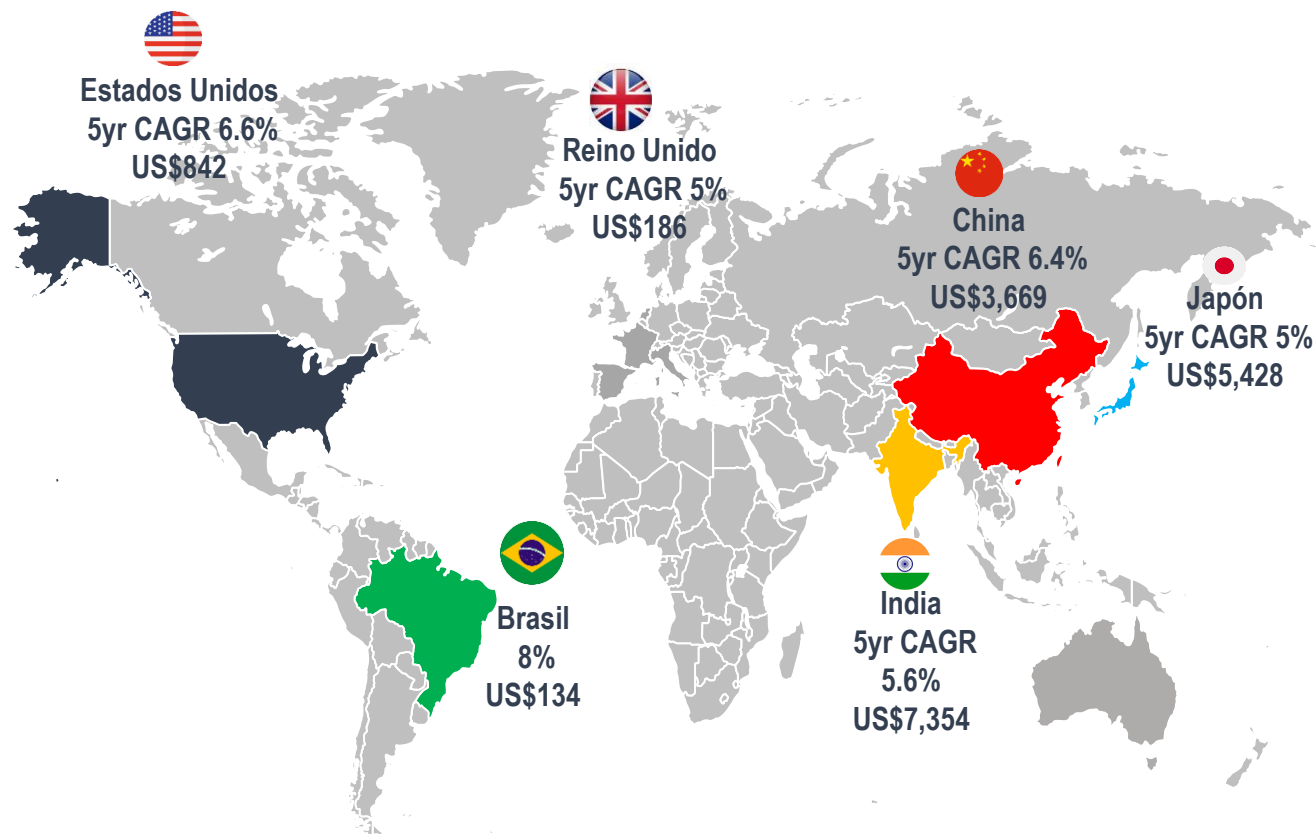
Fuente: Infotrade

# Snacks



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



		2022	2027	
		Value M USD	Value M USD	5yr CAGR M USD (%)
Processed Snacks	Africa	478.09	722.62	8.61
	Latin America	121.80	143.61	3.35
	Asia	76.45	92.38	3.86
	Australasia	16.26	24.09	8.17
	Middle East, North Africa	11.62	16.67	7.49
	West Europe	13.01	14.99	2.87
	East Europe	11.78	13.52	2.79
Ethnic/Traditional Snacks	Asia	13,484.80	17,565.20	5.43
	West Europe	861.70	1,018.56	3.40
	North America	674.12	914.99	6.30
	Latin America	415.76	542.47	5.46
	East Europe	522.12	532.77	.40
	Africa	156.34	179.86	2.84
	Middle East, North Africa	90.94	107.19	3.34
	Australasia	59.26	69.86	3.35

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a México (USD201millones/CAGR 5.25%), Alemania (USD153millones/CAGR 4.27%), Francia (USD139millones/CAGR 3.29%), y Taiwán (USD356millones/CAGR2.95%) en la categoría de Ethnic/Traditional Snacks.

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

Variedades	Presentación
Nuez del Brasil solos o en mezclas de nueces y cereales.	Bolsas plásticas con cierre hermético de 100gr, 125gr, 454gr y 1.13Kg. Chips de camotes en bolsas plásticas de 40Gr, 110gr, 200gr y 275gr. Cajas de plástico transparente de 325Gr.
Frutos deshidratados diversos (mango, higos frescos o secos, arándano, aguaymanto, banano generalmente en chips, camote en chips (solos o en mezcla de chips). Chips de maíz morado	
Barras energéticas con mezclas de cereales incluidos quinua y amaranto, frutos exóticos y cacao. Libres de gluten, altos en proteínas de origen vegetal. Orgánicos, veganos y convencionales.	Barras de energía en sobres de papel y plástico de 40gr, 37gr, 68gr. Empacados en cajas de cartón que contienen 4 – 6 barras.

Snacks saludables. Según la firma Deloitte, 67% de los canadienses identificaron un incremento en sus gastos en snacks respecto al 2021. Esto es un indicador de que los canadienses están consumiendo más snacks que antes particularmente los milenials y Generación Z. Este incremento recibió un impulso cuando se flexibilizaron las restricciones de la pandemia y le gente volvió al trabajo, así como también por la vigencia del trabajo remoto.



# 01 | Tendencias

## ETIQUETAS LIMPIAS: BAJO EN/SIN AGENTES ALÉRGICOS, SIN GLUTEN, VEGANO, ORGÁNICO



**Categoría: Snacks**  
Barrita cereal /  
energético  
Quinoa & Moringa



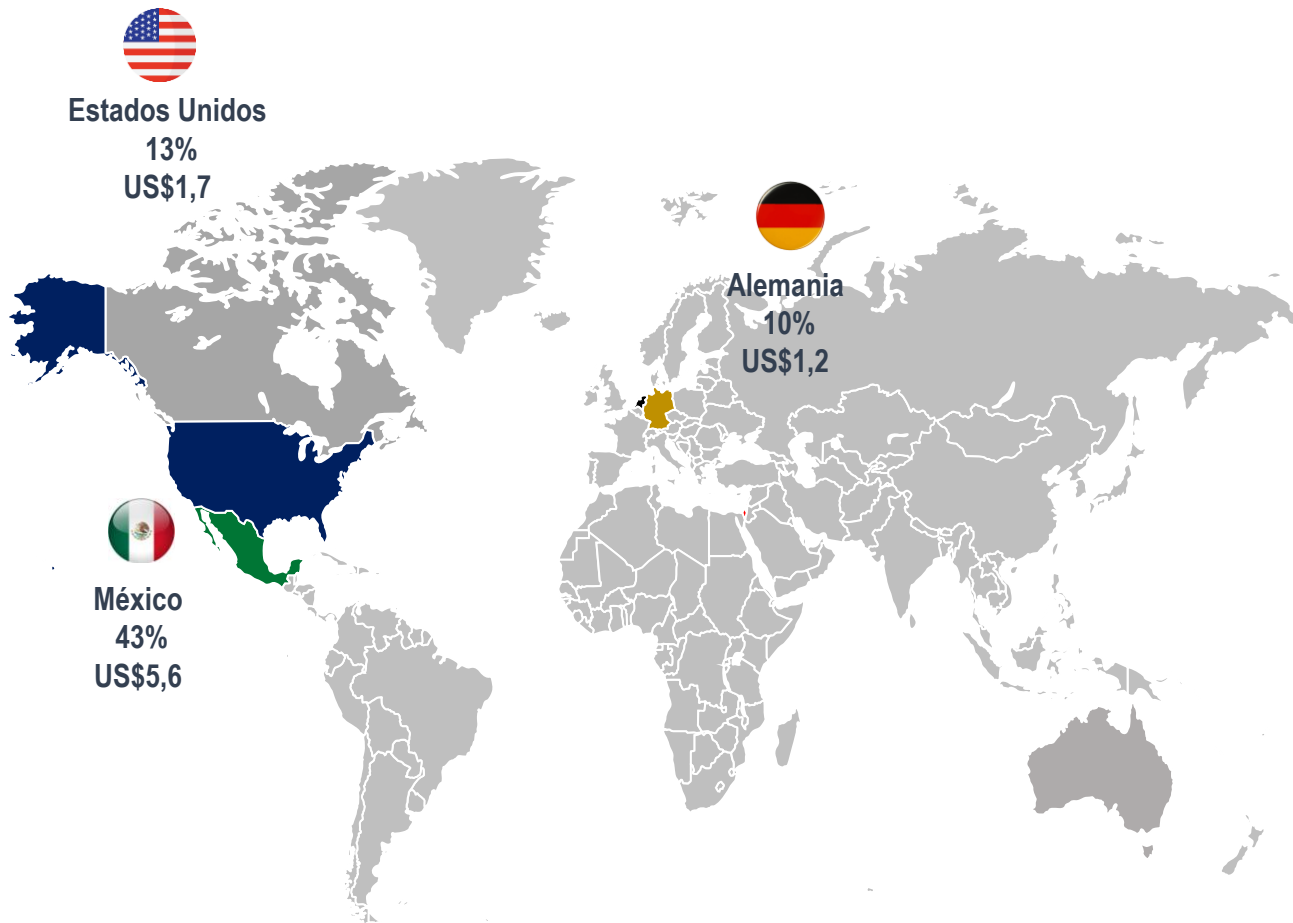
**Categoría: Snacks**  
Snacks de arroz, quinoa, sabor a  
cebolla



**Categoría: Snacks**  
Barrita saludable  
Dátiles y linaza

## 02 | Desempeño sectorial

## Evolución de las exportaciones de snacks de Perú USD Millones



Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP%. 22/18
Mango deshidratado	6	5	6.4	7	8	↑ 10	59	↑ 6
Uvas secas	0.58	1.4	1.07	2	4	↑ 172	33	↑ 65
Papa nativa	0.30	0.78	0.77	0.76	0.53	↓ 31	4	↑ 15
Camote deshidratado	0.16	0.15	0.20	0.14	0.18	↑ 31	1	↑ 3
Camote snack	0.15	0.33	2.03	1.14	0.13	↓ 88	1	↓ 3
Banano deshidratado	1.22	0.81	0.34	0.63	0.10	↓ 84	1	↓ 46
<b>Total</b>	<b>8.40</b>	<b>8.53</b>	<b>10.78</b>	<b>11.14</b>	<b>12.83</b>	<b>↑ 15</b>	<b>100</b>	<b>↑ 11</b>

Fuente: Infotrade

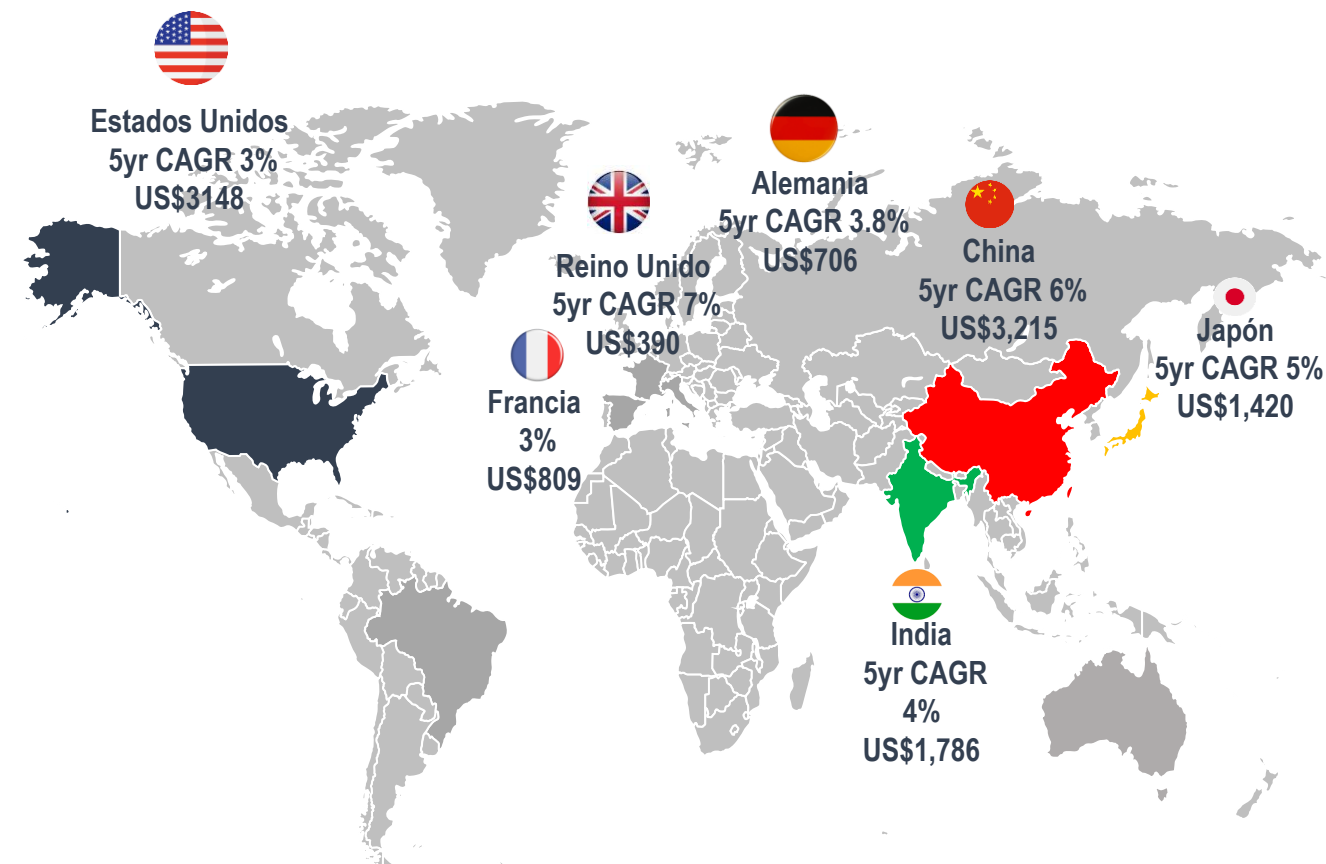
# Condimentos, hierbas y especias

- ❖ La demanda de hierbas y especias está aumentando en todo el mundo, lo que lleva a un crecimiento anual del 3,18 % (CAGR 2022-2027).
- ❖ El este de Asia y América del Norte tienen cada uno una participación significativa que representan el 29 y el 11 por ciento del mercado.
- ❖ Canal directo es el predominante y representa casi dos tercios del mercado mundial de hierbas y especias.
- ❖ Europa es uno de los principales importadores, y representa una cuarta parte de todas las importaciones de hierbas y especias.
- ❖ El consumo anual de especias sin procesar en Alemania aumentó en más de 30 000 toneladas en los últimos años (2015 a 2020). Más del 65 por ciento de los consumidores en el país utilizan especias y hierbas secas varias veces al mes.
- ❖ Casi cuatro millones de personas en Alemania usan hierbas y especias secas todos los días . Sin embargo, más de siete millones de personas informan que nunca usaron hierbas o especias secas, lo que significa que el mercado en Alemania aún puede tener más oportunidades de crecer.



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Category	Continent	YEAR		
		2027	5yr CAGR	2022
		Value M USD	M USD (%)	Value M USD
Herbs, Spices & Seasonings	Asia	9,094.21	4.64	7,248.57
	West Europe	4,472.45	3.40	3,784.21
	North America	3,519.68	3.38	2,980.64
	East Europe	1,537.93	2.20	1,379.15
	Africa	1,472.27	1.18	1,388.51
	Middle East, North Africa	960.33	1.28	901.33
	Latin America	953.56	4.56	762.94
	Australasia	238.69	2.46	211.40

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Brasil (USD283millones/CAGR 4.23%), Polonia (USD439millones/CAGR 4.12%), Indonesia (USD525millones/CAGR 4.27%), y Tailandia (USD443millones/CAGR3.33%).

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

## EXPERIENCIA SENSORIAL, INNOVACIÓN



Miel Picante 12 oz  
(340g) x 2 pack  
Mike's Hot Honey  
20.99 \$/24 oz  
[mikeshothoney.com/](http://mikeshothoney.com/)



Snack Chicharrón con  
chili y sal 7oz  
4505 Meat  
14.39 \$/7oz  
[4505meats.com/](http://4505meats.com/)



Aceite aromatizado  
c/chili  
Danata  
16.00 €/250ml  
[dannata.eu/en/](http://dannata.eu/en/)

Fuente:

# 01 | Tendencias

## EXPERIENCIA SENSORIAL, INNOVACIÓN



Pimentón de la Vera en  
polvo ahumado  
Chandelita  
25.95 €/500g



Kit de semillas  
orgánicas de chili  
Grow Buddha  
17.40 €/120g  
[growbuddha.com/](http://growbuddha.com/)

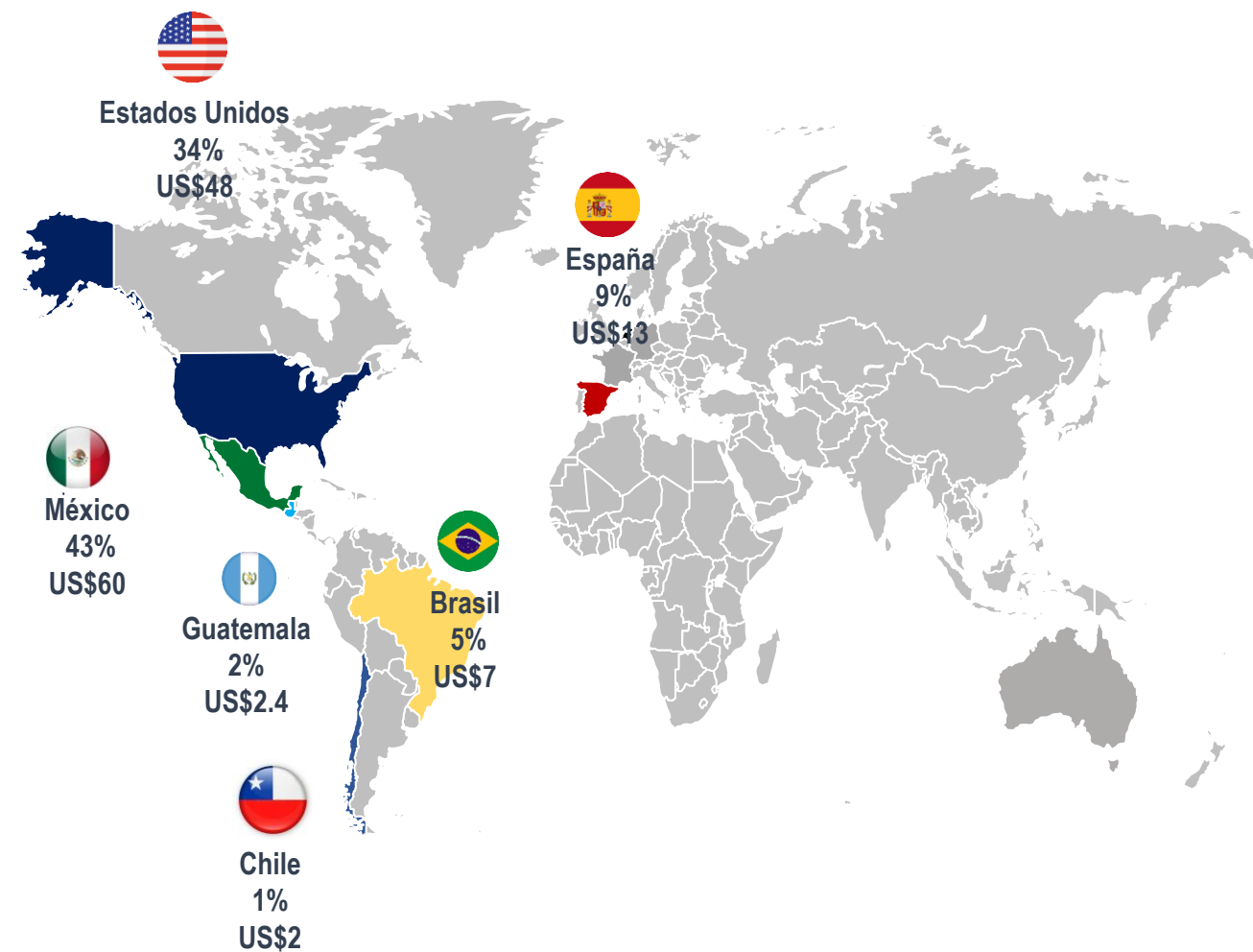


Oleoresina de  
paprika 60ml  
Healing Solutions  
295.38 ¥/60ml  
[healingsolutions.co  
m/](http://healingsolutions.com/)

Fuente:

# 02 | Desempeño sectorial **Evolución de las exportaciones de especias y condimentos de Perú**

## USD Millones



Fuente: Infotrade

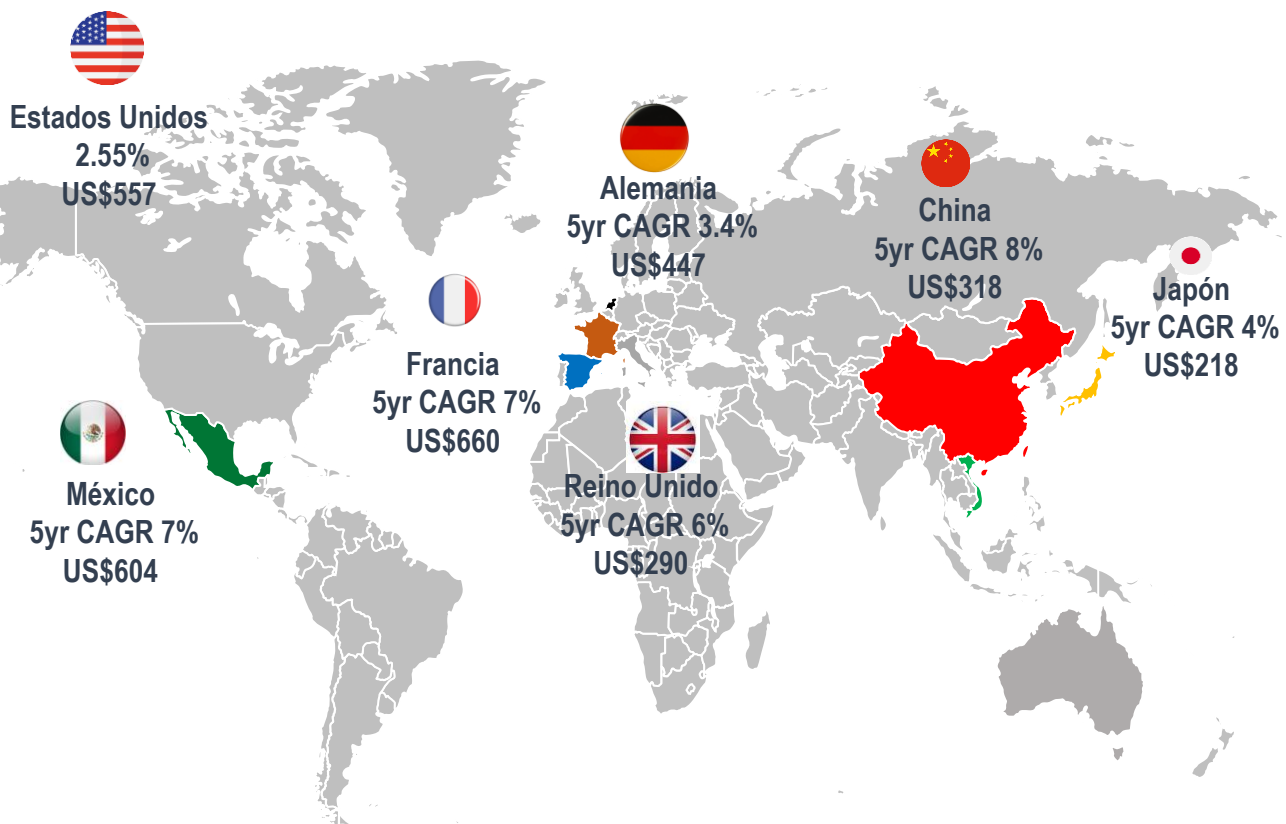
Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP%. 22/18
Páprika	69	81	86	105	114	↑ 8.6	80	↑ 13
Orégano	17	13	15	20	15	↓ 25	11	↓ 3
Chile ancho	4	3.5	5.5	6.5	6	↓ 2	5	↑ 11
Pasta de ají	5	3	3.5	4	5	↑ 37	4	0
Ají panca	0.26	0.32	0.27	0.41	0.5	↑ 21	0	↑ 18
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>102</b>	<b>111</b>	<b>136</b>	<b>142</b>	<b>↑ 3.9</b>	<b>100</b>	<b>↑ 11</b>

# Mermeladas



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Sector	Continent	Year		
		2027	5yr CAGR M USD (%)	2022
Jams, Jellies & Preserves	West Europe	2,445.59	4.80	1,934.38
	Latin America	1,453.57	6.23	1,074.37
	Asia	1,339.15	6.81	963.40
	North America	786.78	3.26	670.34
	Middle East, North Africa	755.63	2.00	684.27
	East Europe	673.87	3.47	568.12
	Africa	381.27	5.81	287.49
	Australasia	134.96	4.23	109.73

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Brasil (USD316millones/CAGR 3.92%), Canadá (USD230millones/CAGR 5.09%), Tailandia (USD144millones/CAGR 12.34%), Polonia (USD157millones/CAGR 3.97%), Austria (USD110millones/CAGR 3.97%) y Bélgica (USD101millones/CAGR5.24%).

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

## Tendencia novedosa, experimental y vegana



Recientemente, en India, se lanzó un Nam Prik Pao de la marca Bechef (un elemento básico de la despensa en la cocina tailandesa) que se dice que ofrece una combinación de ingredientes poco común en la categoría. Establecida como una combinación de "mermelada de chile asado tailandés, tamarindo y azúcar de palma", esta "receta audaz" vegetariana vegana demostró cómo las marcas están tratando de ofrecer perfiles de sabor más nuevos o distinguibles en la categoría de mermeladas con una mezcla de ingredientes inusuales que está en línea con Tendencia novedosa y experimental. Según la encuesta global de consumidores del primer trimestre de 2022 de GlobalData, los consumidores en India prestan mucha atención (47 %) o mucha (28 %) a los ingredientes utilizados en los alimentos y bebidas que consumen, lo que sugiere una preferencia. Ofreciendo nam prik pao que también tiene una combinación de mermelada de chile asado tailandés, tamarindo, y el azúcar de palma es diferente de los productos estándar de la categoría en la India.

Fuente:Globaldata



Recientemente, en Francia, Andros France SNC ha lanzado una confitura de frutas (mermelada de frutas) bajo el lema Andros Fruits et Graines ('Frutas y semillas') en una variedad Abricot Tournesol Lin Pavot (Apricot Sunflower Flax Poppy) que combina albaricoque y semillas. . Presentada en un tarro de cristal de 320 g, la mermelada tiene un precio de 1,69 EUR y se afirma que contiene un 30 % menos de azúcar. La combinación de ingredientes como el girasol, el lino, la amapola y el albaricoque es diferente y podría atraer a los compradores curiosos y ese 58 % de los compradores en Francia admite que presta mucha atención a los ingredientes utilizados en la comida y bebidas que consumen (encuesta mundial de consumidores del tercer trimestre de 2022 de GlobalData). Ofreciendo una mermelada de frutas que además combina albaricoque con semillas de girasol,

# 01 | Tendencias

## Tendencia novedosa, experimental , vegana, fresco y natural



Recientemente en el Reino Unido, Sainsbury's Supermarkets Ltd. ha comenzado la distribución de una variedad de mermelada de naranja sanguina y toronja rubí bajo la marca privada Sainsbury's Taste the Difference que aporta una combinación de sabores diferente a la categoría. Presentada en un tarro de cristal de 340 g, la mermelada tiene un precio de 1,25 GBP y se afirma que es apta para veganos. La marca describe el producto como una "mermelada de pomelo, naranja sanguina y ginebra". La combinación de sabores se alinea con la tendencia Novel & Experimental que podría atraer al 56% de los compradores en el Reino Unido que admiten que encuentran alimentos/bebidas con combinaciones de sabores complejas o múltiples algo o muy atractivos (encuesta global de consumidores del segundo trimestre de 2021 de GlobalData).

Fuente:Globaldata



Recientemente en Alemania, Dirk Rossmann GmbH ha lanzado una variedad Erdbeere (Fresa) de Fruchtaufstrich (Fruta para untar) comercializada bajo la etiqueta privada Rossmann Ener Bio ('Orgánico') que contiene un 75% de fresa y es una adición orgánica a la categoría. Presentada en un tarro de cristal de 250 g, la mermelada tiene un precio de 2,29 EUR y se afirma que es apta para veganos. La etiqueta orgánica se alinea con la tendencia Fresh & Natural que podría atraer a aquellos compradores que buscan productos con una mayor cantidad de ingredientes naturales, frescos, puros u orgánicos. Ofrecer una mermelada que también es orgánica y contiene un 75 % de fresas es diferente de los productos estándar de la categoría en Alemania.



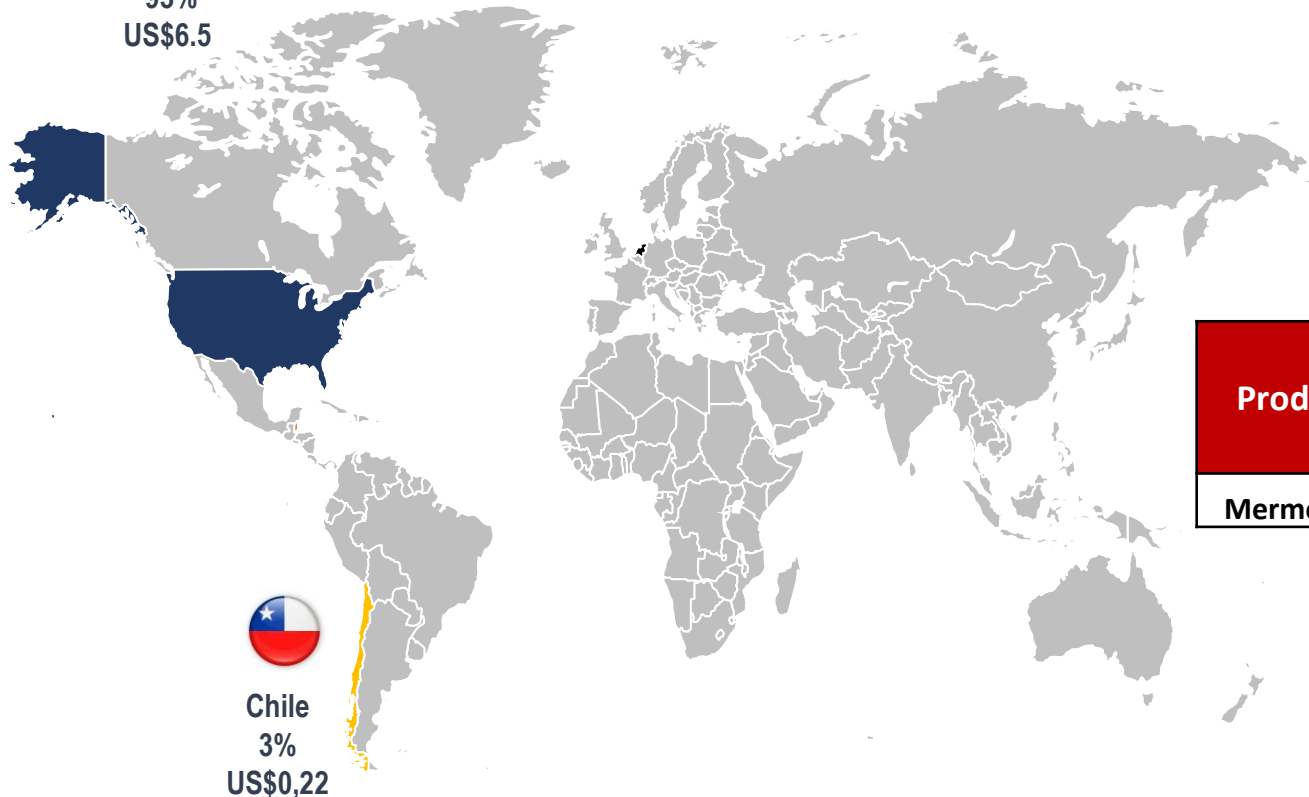
Recientemente en Japón, NISSEI Co.,Ltd. ha lanzado una variedad de mermelada de fresa triturada bajo el lema Nissei Fruit Butter que viene en una bolsa de plástico con cierre para mayor comodidad. Presentado en bolsa de plástico de 150g y la mermelada tiene un precio de 267 JPY. Según copia del pack, este nuevo lanzamiento está formulado con un 40% de pulpa de fresa. Esta mantequilla de frutas de fresa afirma que se usa en "tostadas en una mañana ajetreada" y "panqueques y crepes para el fin de semana". En Japón, el 39% de los consumidores prefieren que los envases de alimentos/bebidas sean fáciles de transportar/consumir sobre la marcha cuando se consumen en casa (encuesta mundial de consumidores del tercer trimestre de 2019 de GlobalData). El lanzamiento puede resonar bien con esos consumidores.

# 02 | Desempeño sectorial **Evolución de las exportaciones de jaleas, merleladas, confituras de Perú**

## USD Millones



Estados Unidos  
93%  
US\$6.5



Chile  
3%  
US\$0,22

Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP %. 22/18
Mermeladas	4	4.35	7	3.84	7	↑ 81	100	↑ 15

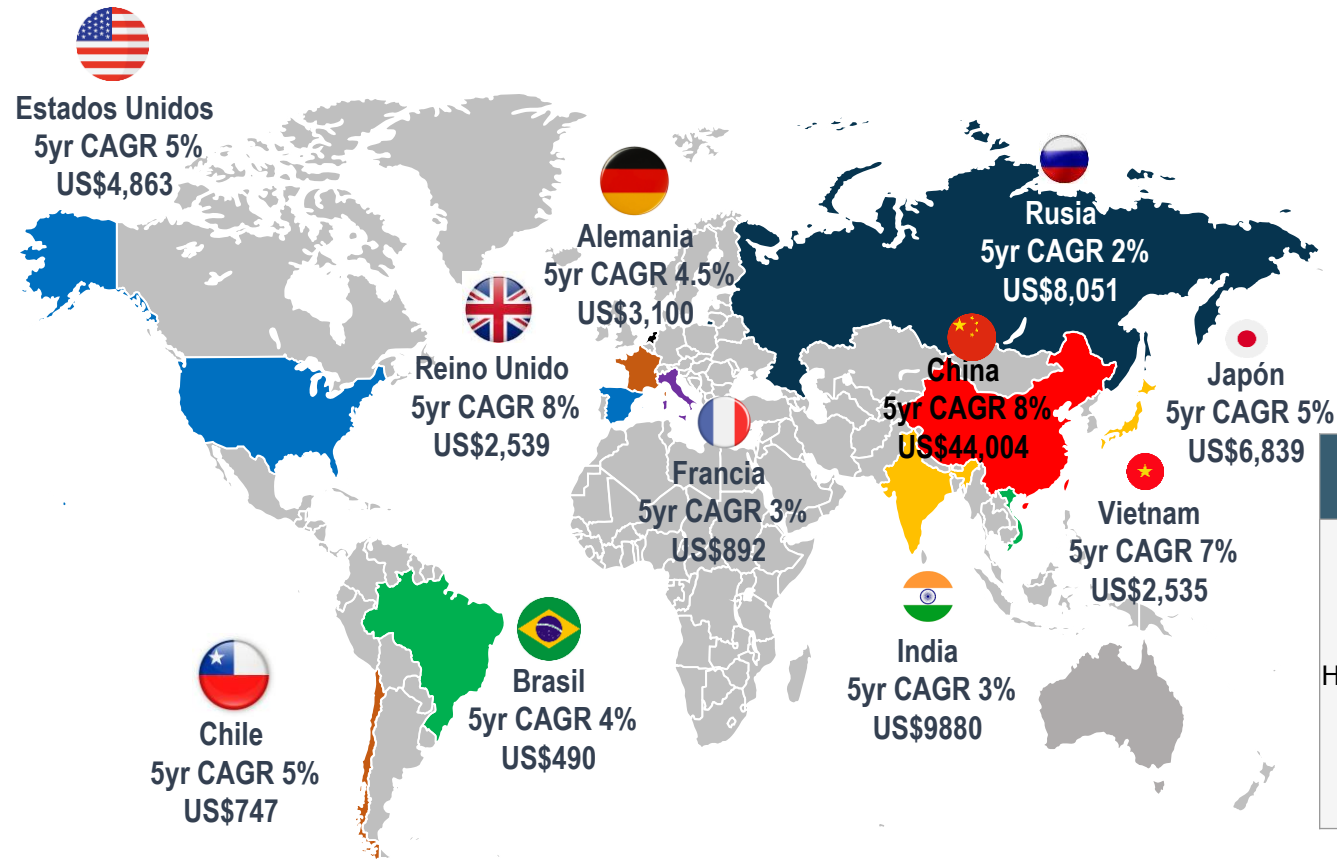
Fuente: Infotrade

**Tés**



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Category	Continent	Year		
		2022	2027	
		Value M USD	Value M USD	5yr CAGR M USD (%)
Hot Tea	Asia	53,677.86	72,785.36	6.28
	East Europe	10,395.42	11,666.16	2.33
	West Europe	7,772.06	10,148.91	5.48
	Middle East, North Africa	8,006.15	9,116.59	2.63
	North America	4,519.21	5,849.21	5.29
	Latin America	2,483.49	3,041.09	4.13
	Africa	2,167.70	2,673.54	4.28
	Australasia	547.59	620.98	2.55

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Arabia Saudita (USD1,919millones/CAGR 3.71%), Canadá (USD986millones/CAGR 6.25%), Polonia (USD1,323millones/CAGR 3.26%),Indonesia (USD1,557millones/CAGR 7.64%), Taiwán (USD1,254millones/CAGR 3.37%) y Suiza (USD614millones/CAGR18%).

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias



In Vietnam, recently Vready branded herbal tea has been launched in a Detox variant. The company also claims that the product contains all healthy ingredients such as purple fruited pea egg plant, Indian lettuce, ginger, and candy leaf.



In Malaysia, Hovid Ho Yan Hor introduced herbal tea in ginger variant. The manufacturer claims the product contain 21 traditional medicinal herbs and ginger that help in relieving coughs. The manufacturer further claims that the product is sugar-free and also non-bitter in taste.

Fuente:Globaldata

# Case study: Black Tea by MentaliTea Collective

An award-winning organic black tea to cater to the health-conscious consumers in Australia

## Company Overview

Company	MentaliTea Collective
Revenue	N/A
Number of employees	N/A
Brand	My Chai Time
Country of Launch	Australia
Category	Hot tea

## Product Description

MentaliTea Collective launched its black tea leaves in Australia under the brand name My Chai Time. The manufacturer claims that the product contains organic ingredients such as organic black tea, cinnamon bark, cardamom pods, cloves, ginger root tips, star anise, and black pepper.



## Business Strategy

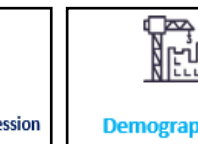
- Rising health concerns heightened by the COVID-19 pandemic nudged many Australian consumers to look for products with health claims. This has led to an increase in demand of hot drinks which contains healthy ingredients and are made organically. This can be substantiated by a GlobalData consumer survey wherein 57% Australian consumers find organic claim as an essential/nice to have feature in a product<sup>1</sup>, and 63% of them stated that organic claims in food and drinks is very/somewhat appealing<sup>2</sup>.
- Considering this trend, MentaliTea Collective released a black tea base which contains 100% organic ingredients that it claims are good for health. The manufacturer further claims that its product can aid emotional wellbeing, digestion, and increase blood circulation. The product will appeal to health-conscious consumers in the region who are seeking soothing and delicious hot drinks.

## Success Measure

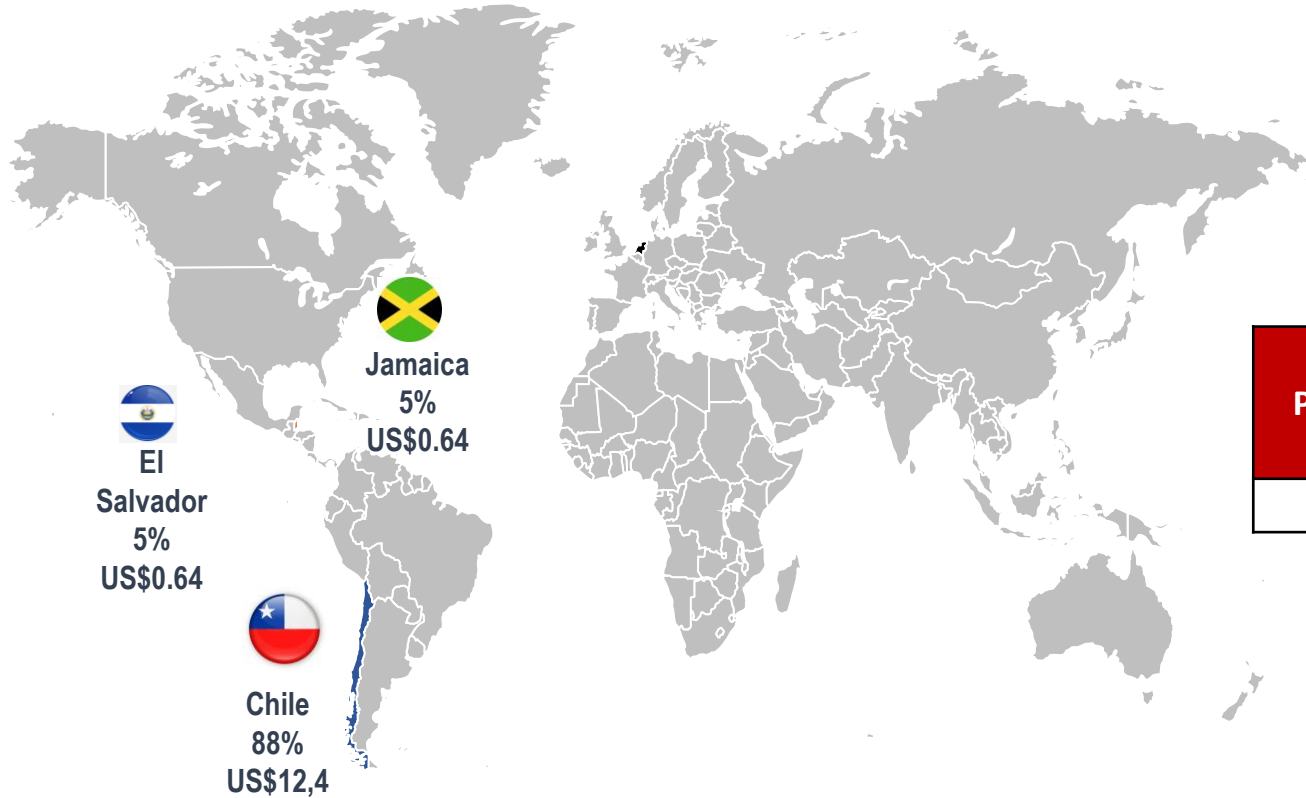
- The black tea by My Chai Time won the “Gold Medal” in the Golden Leaf Awards 2021 in the “Traditional Chai (Black Tea Base)” category in 2021<sup>3</sup>.

Opportunities in the Asia-Pacific Hot Drinks Sector

The product is aligned with the 'Health & Wellness' trend in GlobalData's TrendSights Framework.



## Evolución de las exportaciones de té de Perú USD Millones



Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP % 22/21
Té	0.15	0.13	0.50	3.84	14.05	↑ 266	100	↑ 212

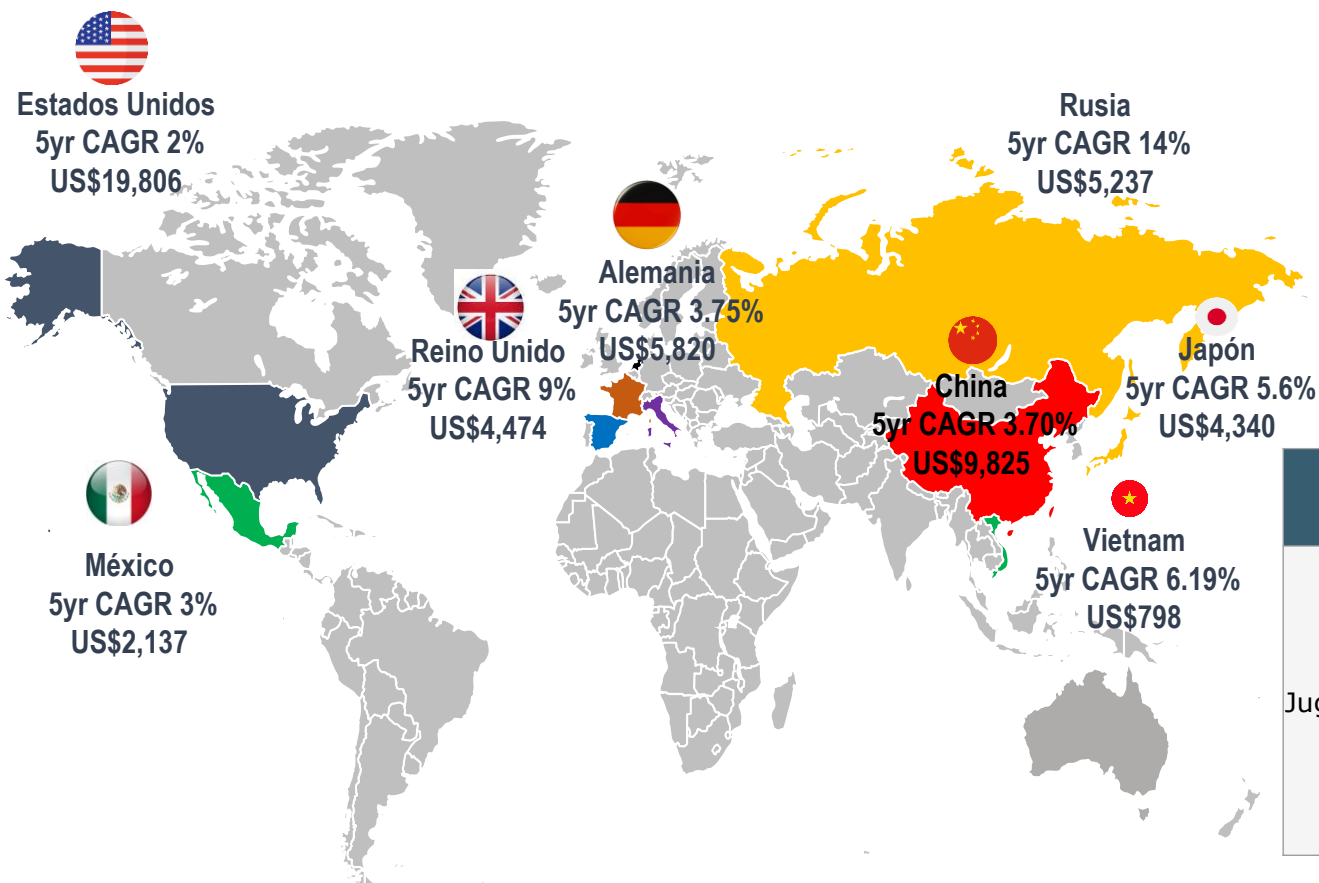
Fuente: Infotrade

# Jugos



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Sector	Continent	Year		
		2022	2027	5yr CAGR M USD (%)
Jugos	North America	20,834.14	23,437.91	2.38
	Asia	16,205.01	21,024.53	5.35
	West Europe	17,569.27	20,610.78	3.24
	East Europe	5,995.89	9,332.19	9.25
	Latin America	6,409.20	7,545.59	3.32
	Middle East, North Africa	4,897.59	4,820.85	-.32
	Australasia	1,615.14	1,889.10	3.18
	Africa	1,747.40	1,777.22	.34

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Indonesia (USD1,217millones/CAGR 20%), India (USD1,032millones/CAGR 10.27%), Brasil (USD1,858millones/CAGR 6%),Arabia Saudita (USD1,224millones/CAGR 5.64%), Canadá (USD3,632millones/CAGR 4.16%), Suecia (USD762millones/CAGR4.08%), Suiza (USD678millones/CAGR3.37%) y Portugal (USD600millones/CAGR6.74%).

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

**Jugos frescos sin azúcar añadido, COVID ha empujado las ventas de jugos naturales debido que existe también un impuesto especial sobre el azúcar añadido .**



Lacnor Sugar Free Mango Mango Juice 8 x 180 ml

Visit the Lacnor Store

★★★★★ 11 ratings

Amazon's Choice for "juice mango"

Price: AED11.50

All prices include VAT.



Delivered by  
Amazon

Secure  
transaction

10% discount with Citibank (code CB10DEC). Discount by Amazon. 2 promotions

Brand	Lacnor
Volume	1440 Milliliters
Package weight	1.62 Kilograms
Units	1440 milliters

### About this item

- Made from 100 percent natural ingredients
- Enriched with your daily Vitamin C requirement
- free from preservatives, artificial flavours, colours or sugar
- Perfect refreshment to share with your friends and family
- An easy way to make sure your kids have their daily recommended servings of fruits

<https://www.amazon.ae/>



Georgia's Natural 100% Organic Cold Pressed Pomegranate Juice, 1000 ml

Brand: Georgia's Natural

★★★★★ 7 ratings

Price: AED27.52

All prices include VAT.



Delivered by  
Amazon

Secure  
transaction

10% discount with Citibank (code CB10DEC). Discount by Amazon. 2 promotions

New (3) from AED 27.52 FREE Delivery on your first order.

Flavour	Pomegranate
Brand	Georgia's Natural
Volume	1 Milliliters
Package weight	1.57 Kilograms
Units	1000 milliters

### About this item

- 100 percent Organic
- 100 percent Organic
- 100 percent Natural Fusion
- No added sugar, water or flavour
- Gluten Free

Fuente:Globaldata

# 01 | Tendencias

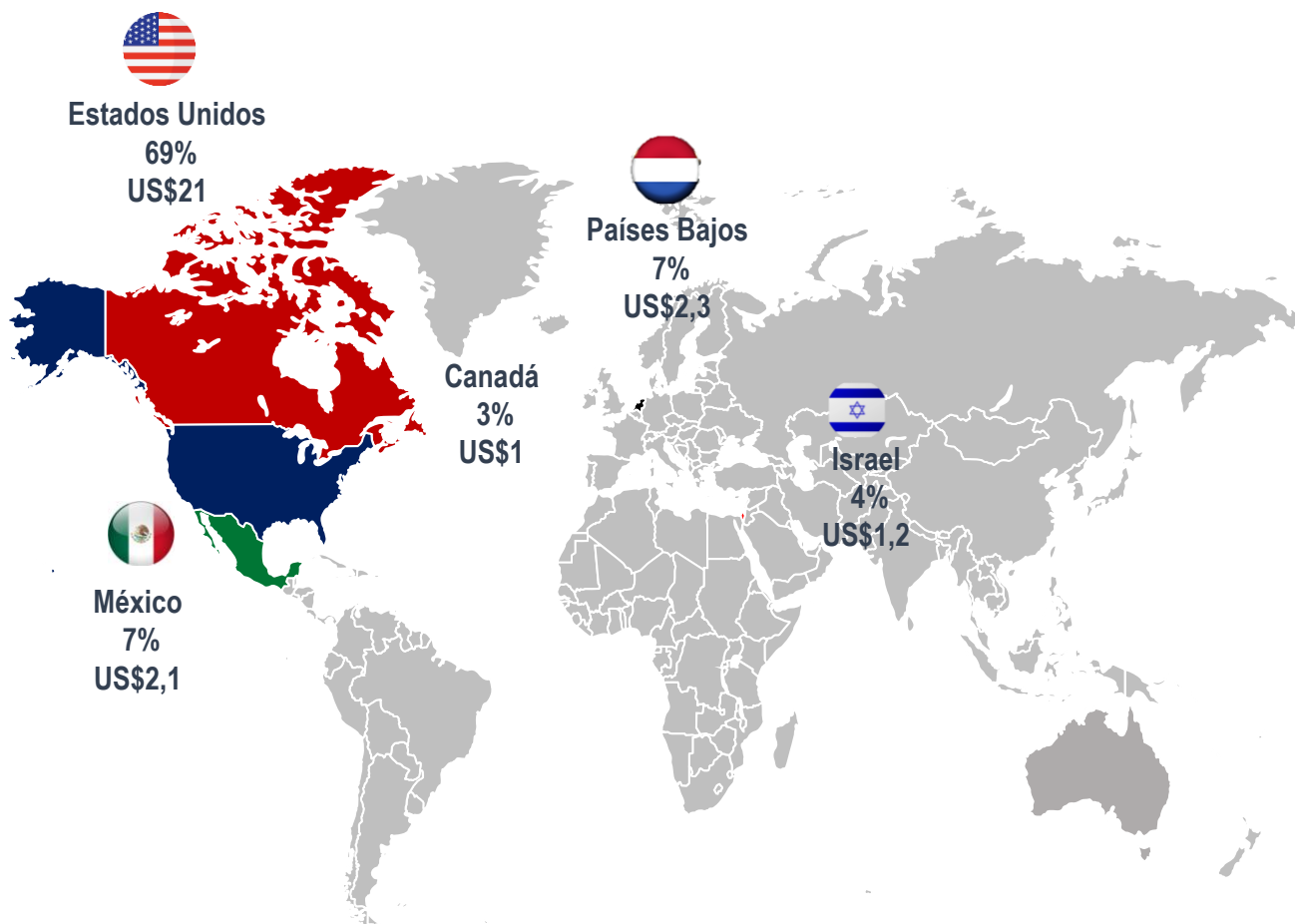
Jugos de cítricos diversos solos o en mezclas, jugos de arándanos solos o en mezclas, jugos de verduras (mezclas). Sin azúcares añadidos. Jugos de fruta puros o de concentrados. Orgánicos y convencionales. Jugos de frutas y verduras con suplementos (super alimentos y otros)



Fuente: Estudio de procesados en Canadá

## 02 | Desempeño sectorial

## Evolución de las exportaciones de Jugos de Perú USD Millones



Producto	18	19	20	21	22	Var.% 22/21	Part.% 22	TCP%. 22/18
Limón	10	11	11	12	16	↑ 36	51	↑ 13
Mezclas	4	5	4	7	10	↑ 49	32	↑ 29
Lima	0	2	2	2	3	↑ 24	8	↑ 234
Naranja	0.23	0.31	0.49	0.47	1.37	↑ 193	4	↑ 56
Arándanos	0.21	0.36	0.07	0.25	1.15	↑ 360	4	↑ 53
Mango	1.40	0.95	1.62	0.13	0.02	↓ 88	0	↓ 67
Piña	0.01	-	-	0.02	0.02	↓ 8	0	↑ 32
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>31</b>	<b>↑ 46</b>	<b>100</b>	<b>↑ 19</b>

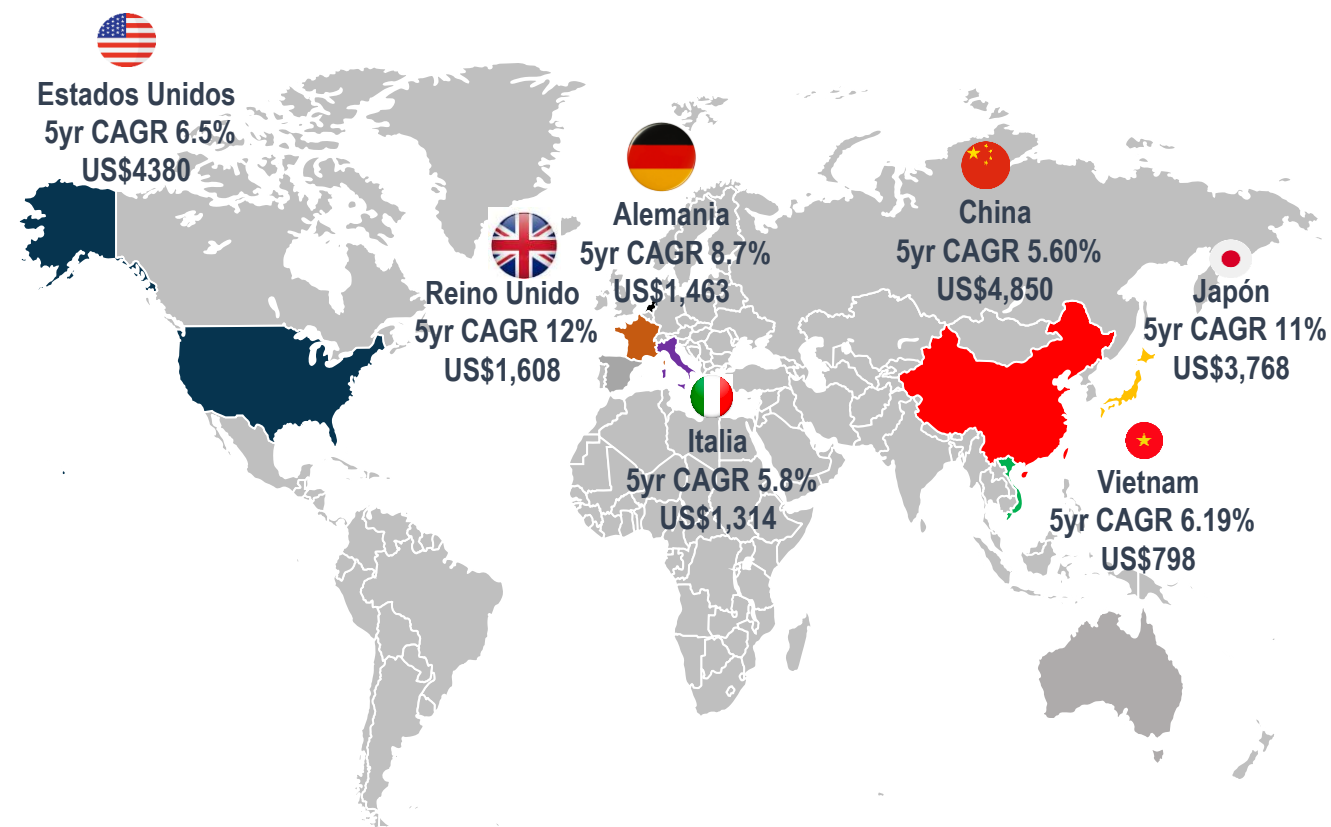
Fuente: Infotrade

# Congelados



# 01 | Contexto macro

## Tamaño de mercado y proyecciones 2027 USD Millones



Segment	Continent	Year		
		2022	2027	
		Value M USD	Value M USD	5yr CAGR M USD (%)
Frozen fruit	North America	2,246.68	3,611.28	9.96
	West Europe	570.91	823.12	7.59
	Asia	454.26	624.40	6.57
	East Europe	276.95	344.11	4.44
	Australasia	97.36	126.52	5.38
	Latin America	50.95	60.55	3.51
	Middle East, North Africa	16.56	18.87	2.65
	Africa	3.79	4.94	5.47
Frozen vegetables	Asia	6,783.95	9,744.00	7.51
	West Europe	4,940.31	7,121.76	7.59
	North America	3,610.07	4,930.84	6.43
	Australasia	556.75	725.74	5.44
	East Europe	454.80	549.12	3.84
	Latin America	175.03	228.30	5.46
	Middle East, North Africa	58.86	74.75	4.90
	Africa	54.75	64.69	3.39

Por otro lado, otros actores con menor tamaño de mercado pero de rápido crecimiento, se puede mencionar a Polonia (USD249millones/CAGR 4.37%), Canadá (USD261millones/CAGR 5.69%) para fruta congelada e India (USD527millones/CAGR 4.55%), Australia (USD528millones/CAGR 6.17%), y Francia (USD977millones/CAGR 5.86%) para hortalizas congeladas.

Fuente: Global data

# 01 | Tendencias

% value increase (M USD), by category		
	2010 - 2017	2017 - 2022
Frozen Meat	0.96%	18.50%
Frozen Fish & Seafood	5.05%	27.51%
Frozen Vegetables	13.45%	45.27%
Frozen Potato Products	8.59%	34.17%
Frozen Bakery Products	14.29%	31.95%
Frozen Fruit	23.22%	44.66%

Source: [1] GlobalData Market Analyzer – Segment Insights as of December 1<sup>st</sup> 2022

¿Qué está sucediendo?

*Alimentos congelados han experimentado un gran crecimiento durante los últimos años, fortaleciéndose sobre todo el de frutas y vegetales, debido a la mayor durabilidad y el alto costo de vida post pandemia.*

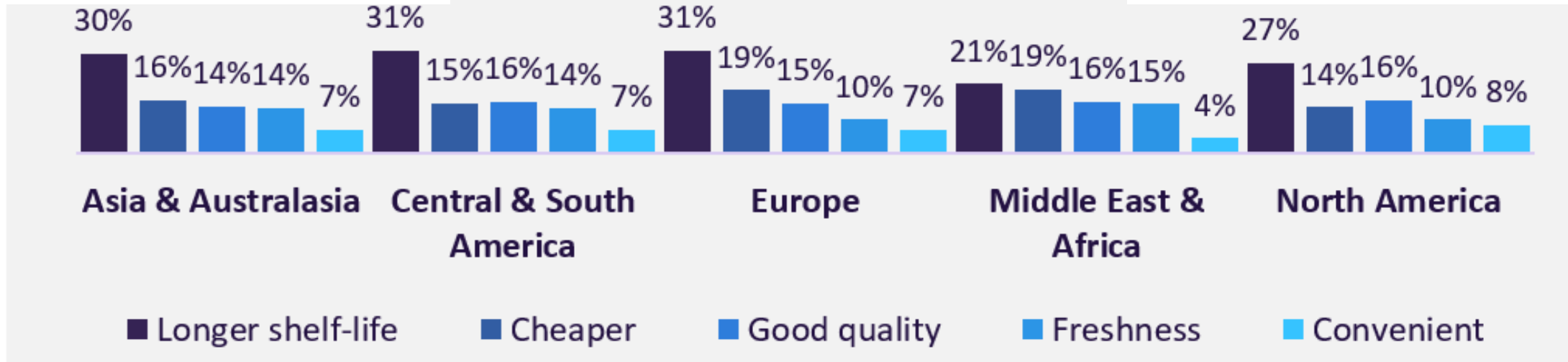
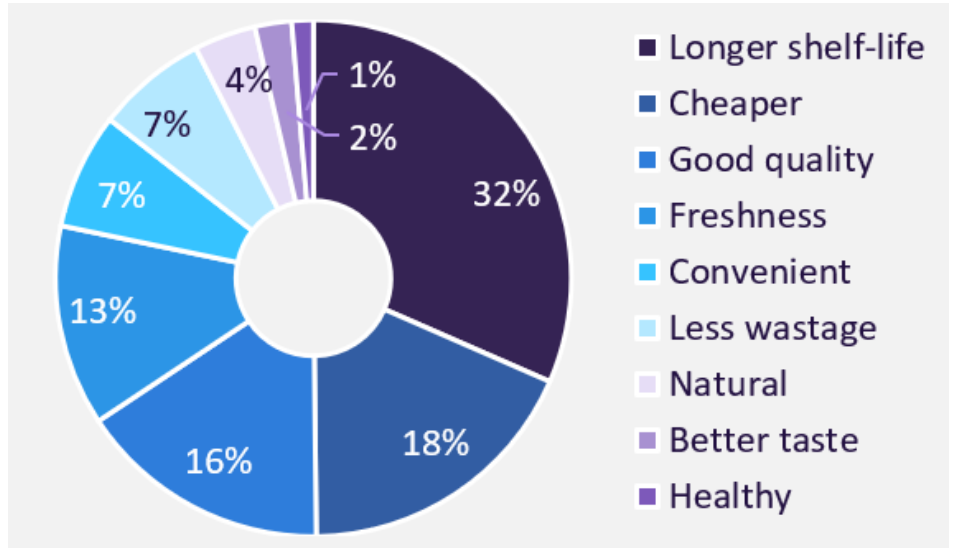
¿Porqué es importante?

*Consumidores están cambiando el consumo de la categoría de fresco a congelado, lo que trae oportunidades a las empresas a innovar en esta categoría y hacerlo más accesible para cubrir esta gran demanda que ha hecho crecer esta categoría.*

Fuente: Globaldata

# 01 | Tendencias

Mundial: ¿Cuál sería las principales razones para comprar productos congelados?



Fuente: Globaldata

# 01 | Tendencias

## Tendencias - platos preparados – comida precocinada (con camote)



Fuente: Estudio Polonia

# 01 | Tendencias

## Tendencias- latos preparados – comida precocinada (maíz dulce / capsicum / camote)



Fuente: Estudio Polonia

# 01 | Tendencias

## Tendencias – producto vegano , sin gluten



Fuente: Estudio Polonia

# 01 | Tendencias

## Tendencias – productos orgánicos



Fuente: Estudio Polonia

# 01 | Tendencias

## Tendencias – superfood / fit



Fuente: Estudio Polonia

# 01 | Tendencias

## Certificaciones más valorados por los importadores



Fuente: Estudio Polonia

## Etiquetado

- El nombre con el que se vende el producto.
- El peso neto de los productos preenvasados.
- La fecha de durabilidad mínima.
- Cualquier condición especial de conservación o uso.
- El nombre o razón social y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido en la UE.
- Marcado de lote en producto preenvasado con el marcado precedido por la letra 'L'
- Valor energético.
- Las cantidades de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal.



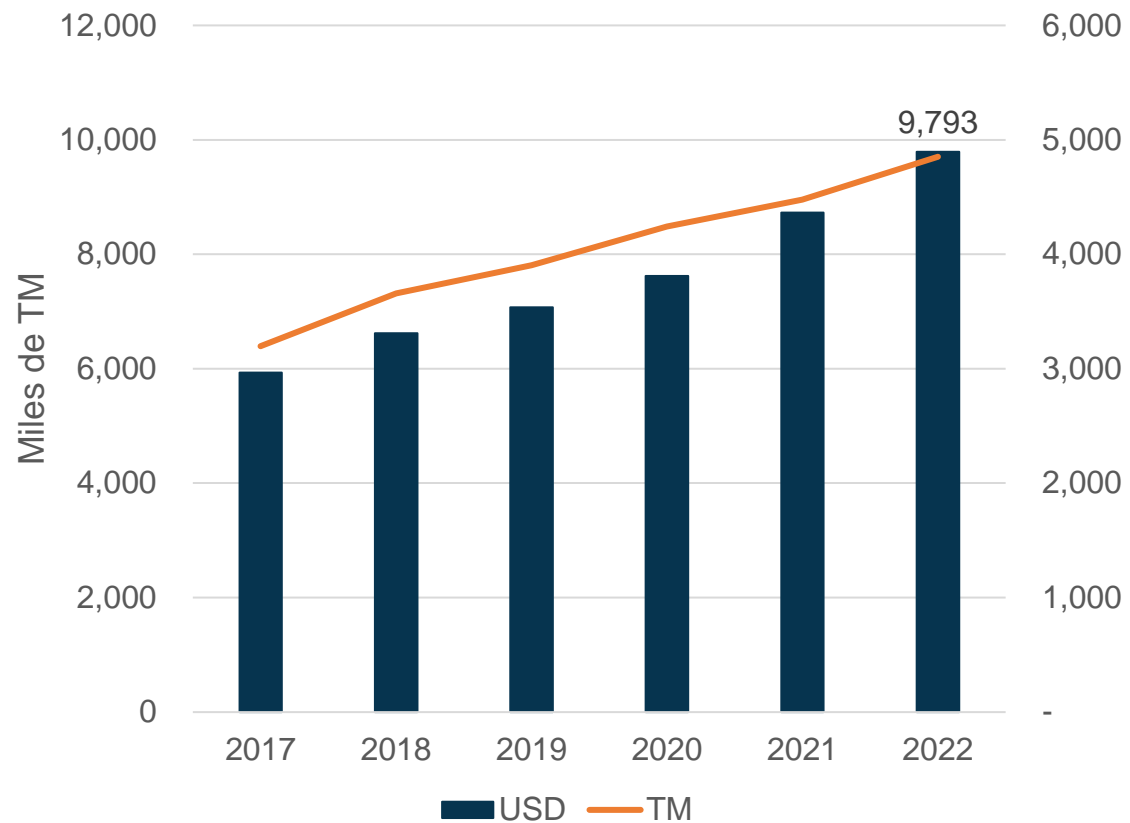


# 2

## Desempeño sectorial

## 02 | Desempeño sectorial

### EXPORTACIONES DEL SECTOR AGRO 2022



Fuente: Sunat 2022

## 02 | Desempeño sectorial

### PARTICIPACIÓN POR LÍNEAS PRIORIZADAS



Frescos

USD FOB MM

4,850

Participación

50%

Variación 22/21

1.2%

Principales productos

Arándanos, uvas, paltas



Congelados

433

4%

+4.0%

Mango, palta, fresa



Procesados

613

6%

+2.6%

Alcachofa, p prika, esp rragos

QUINOA



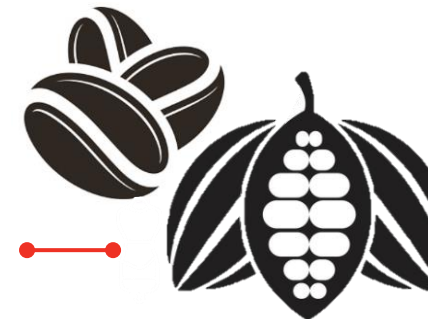
Funcionales

196

2%

-13.4%

Quinoa, casta as, maca



Caf  y cacao

1,562

16%

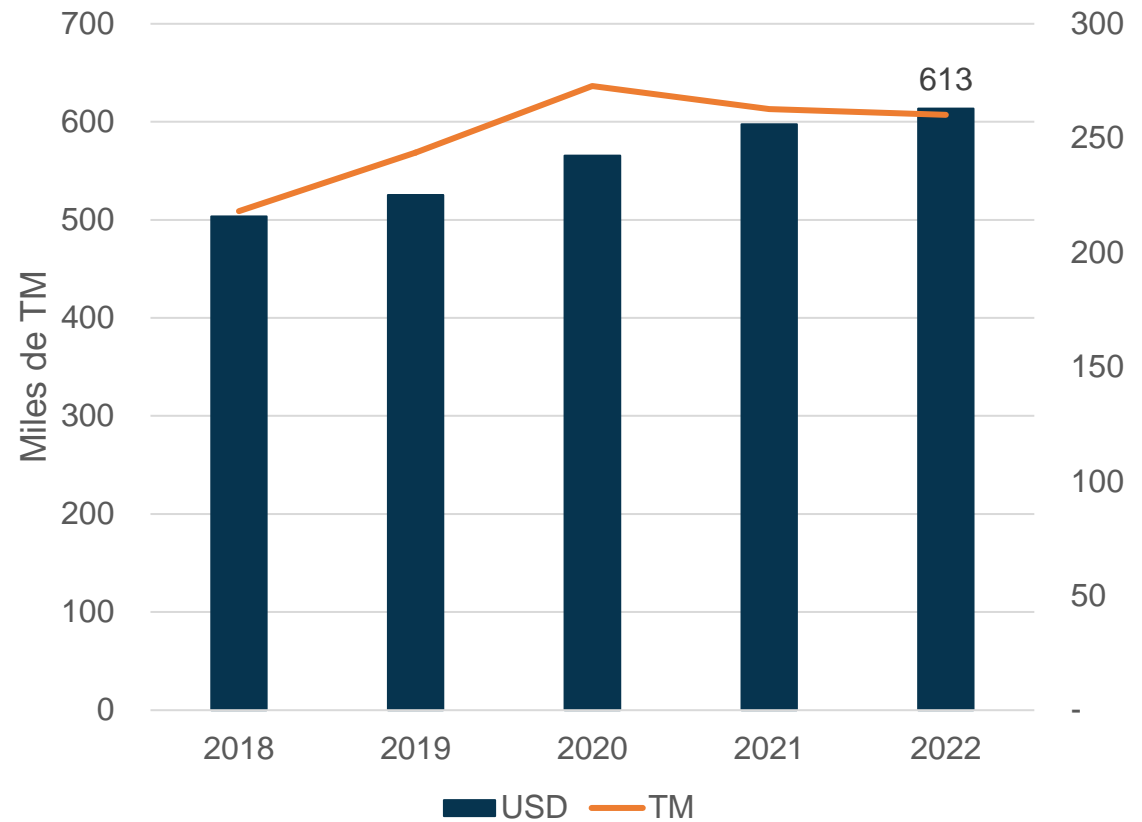
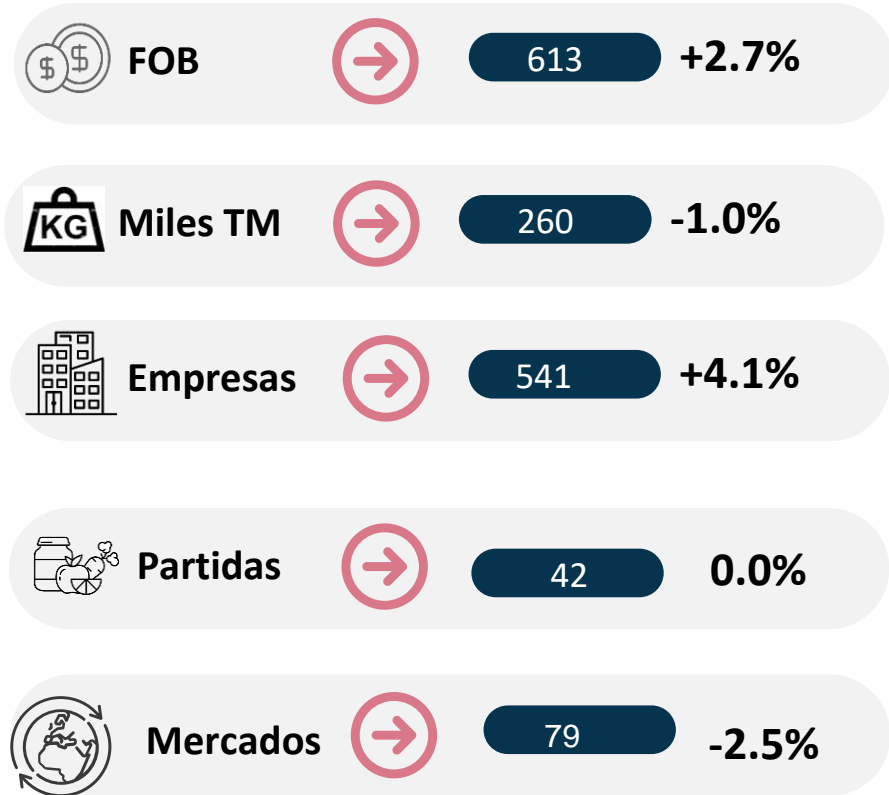
+45.6%

Caf  grano, cacao grano, Manteca cacao

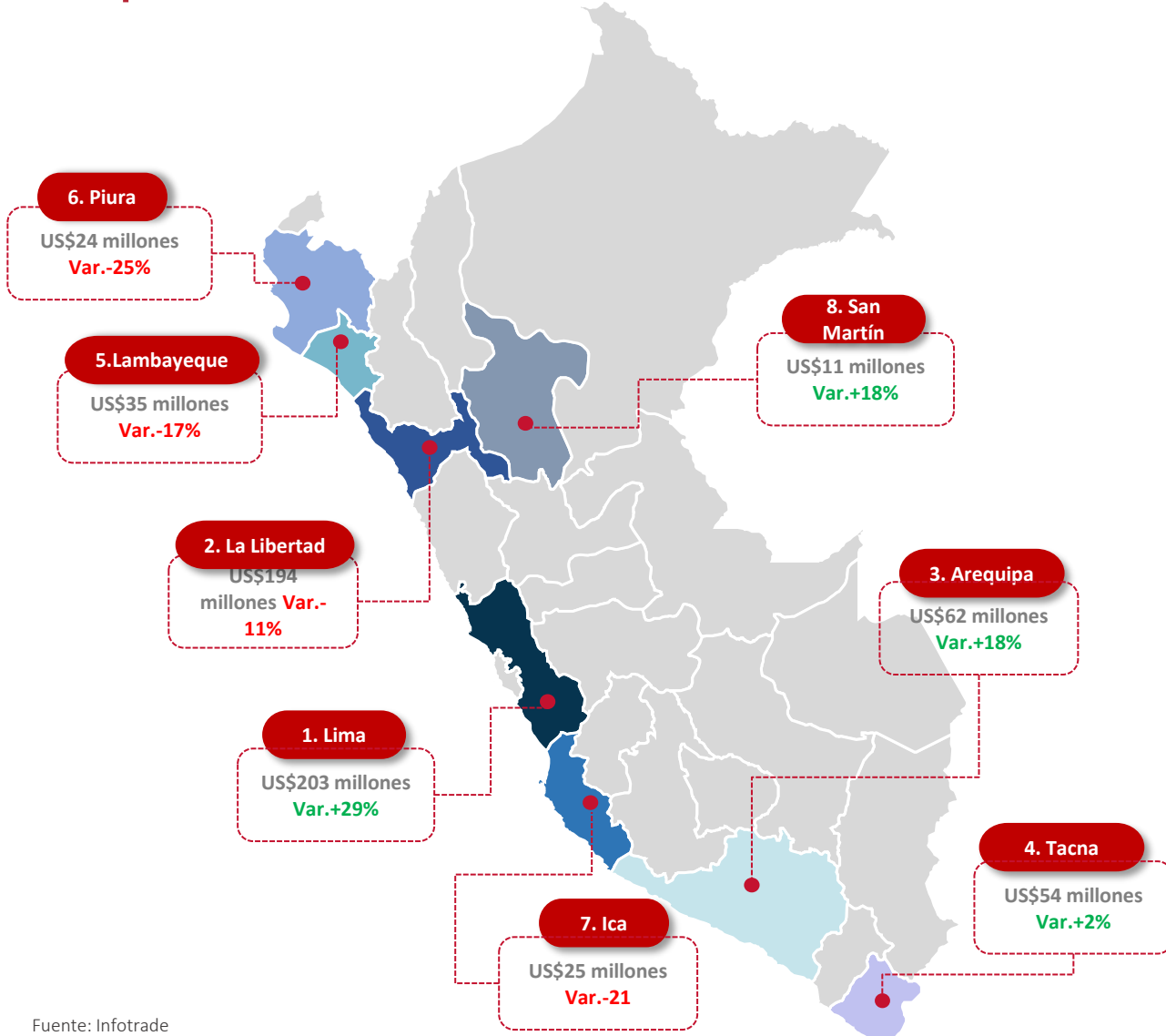
Fuente: Infotrade 2022

## 02 | Desempeño sectorial

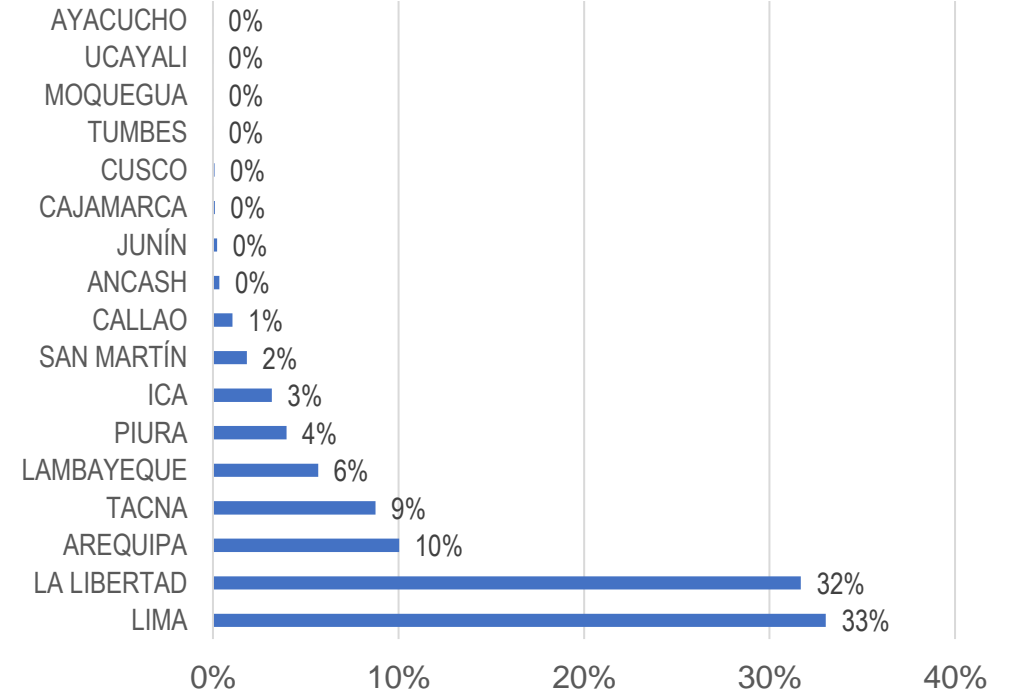
### EXPORTACIONES DE ALIMENTOS PROCESADOS 2022



Fuente: Sunat 2022



Participación por región

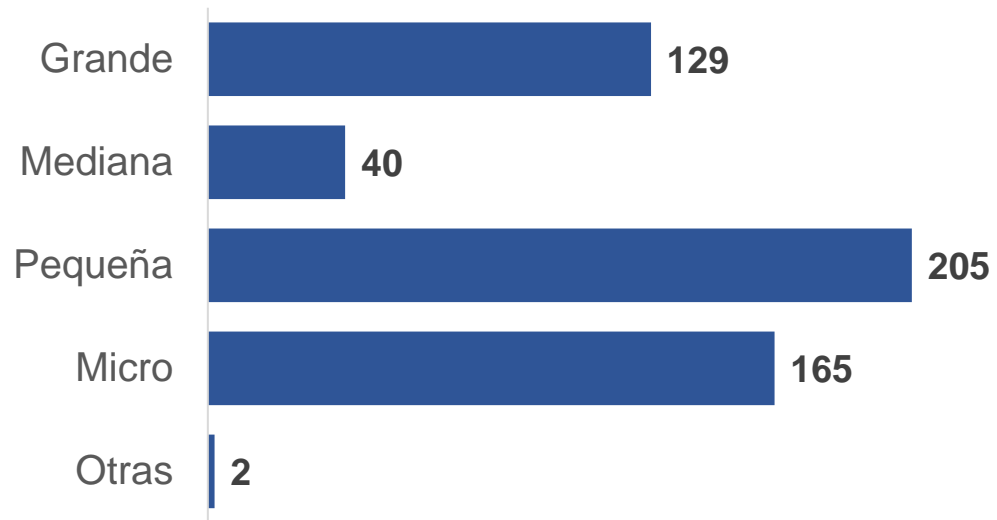


Las regiones de Ancash, Junín y Cajamarca han tenido crecimientos de 221%, 111% y 1110% respectivamente, entre los productos que exportaron se destacan mango deshidratado, p prika, mangos en conserva, y papas nativas.

Fuente: Infotrade

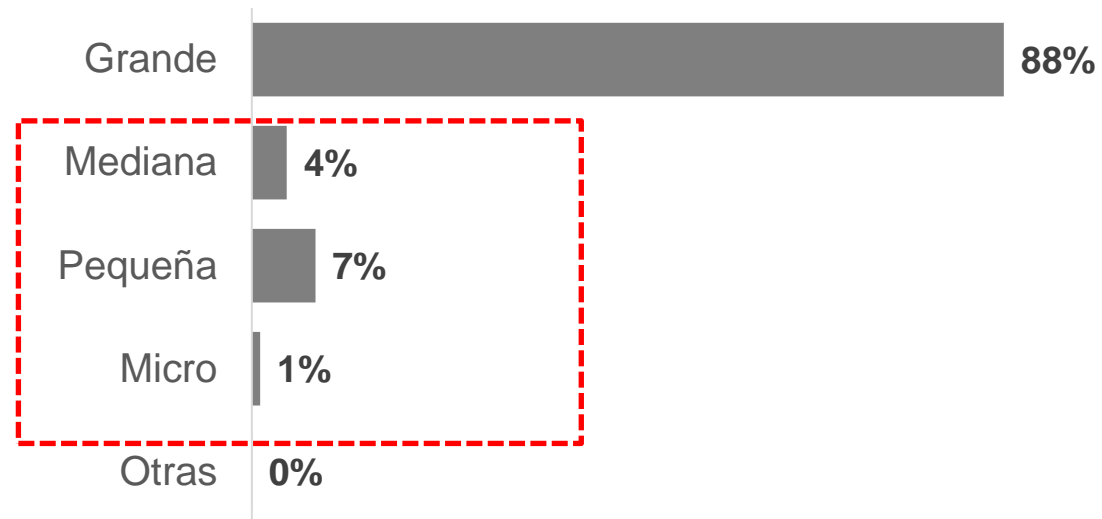
## 02 | Desempeño sectorial

### Participación por N° Empresas



**N° Empresas 541**

### Participación por Valor FOB Exportado



**FOB USD 613 MM**

Fuente: Infotrade

## 02 | Desempeño sectorial

### EXPORTACIONES DE ALIMENTOS CONGELADOS 2022

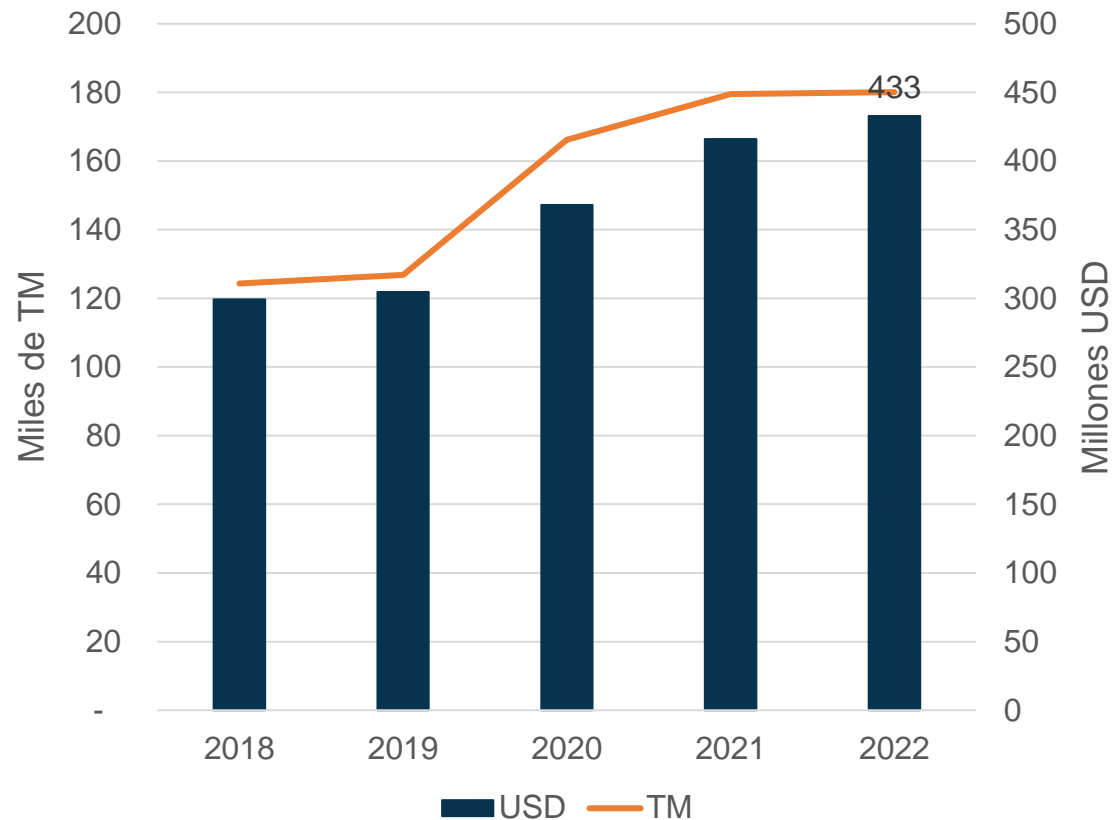
 **FOB**  **433** **+4.0%**

 **Miles TM**  **180** **+0.3%**

 **Empresas**  **132** **+5.6%**

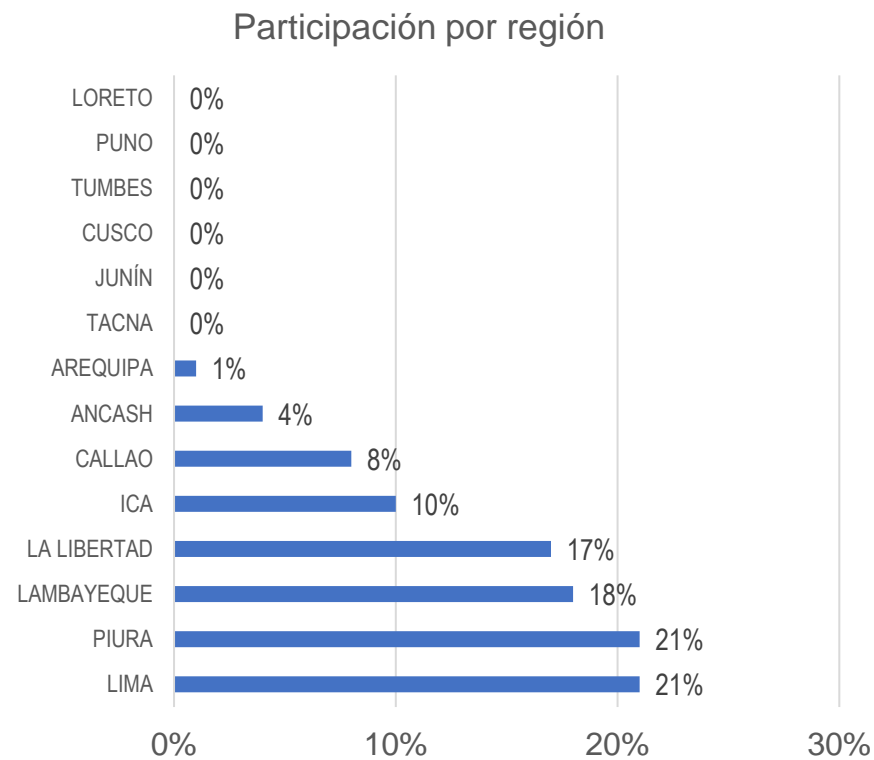
 **Partidas**  **11** **0.0%**

 **Mercados**  **53** **+3.9%**



Fuente: Sunat 2022

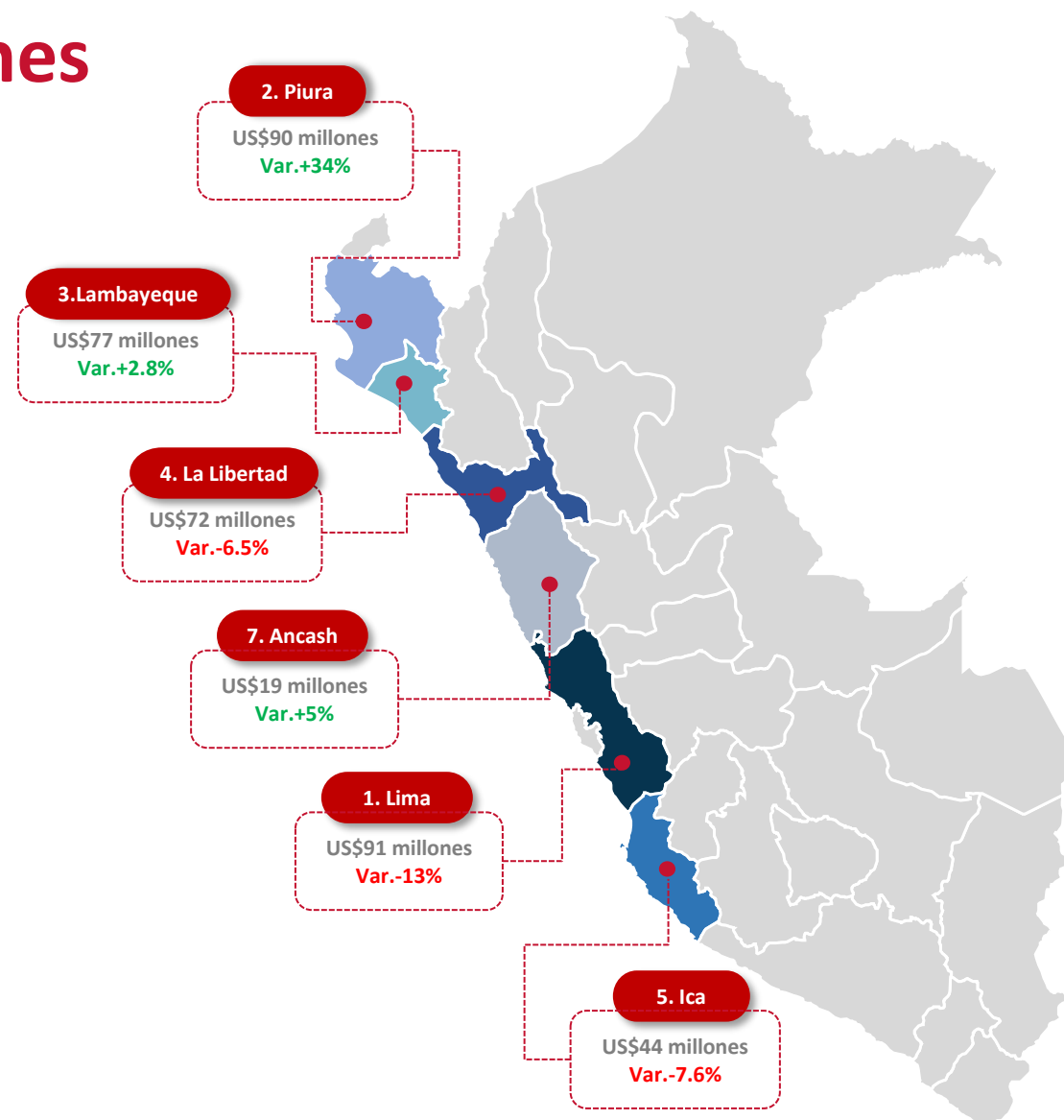
## 02 | Desempeño sectorial



La región de Junín, ha exportado un monto menor a un millón, registrando un crecimiento de 207.5% y Arequipa con un valor Fob de USD3.8 millones, registrando un crecimiento de 30.6% respectivamente, entre los productos que exportaron se destacan, maíz dulce, mango, alcachofa.

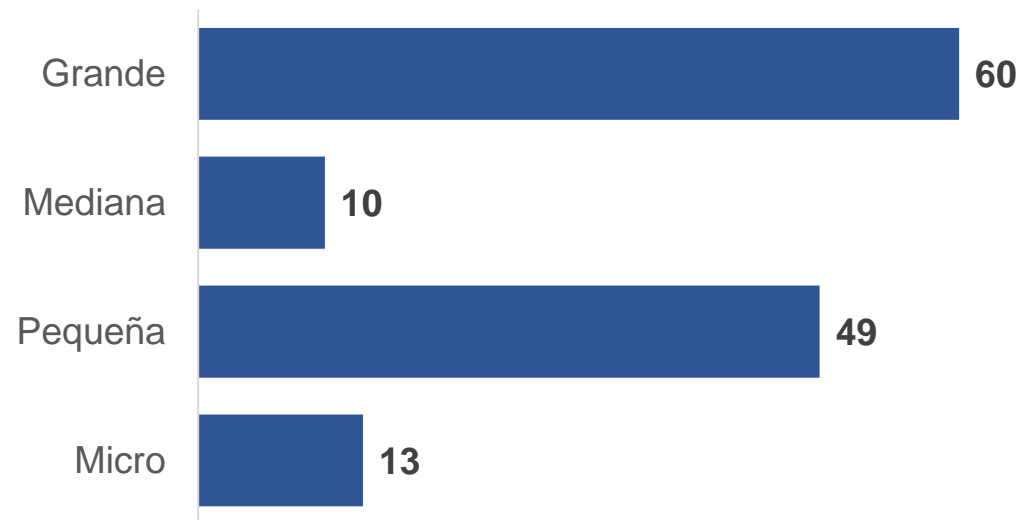
Fuente: Infotrade

## Regiones



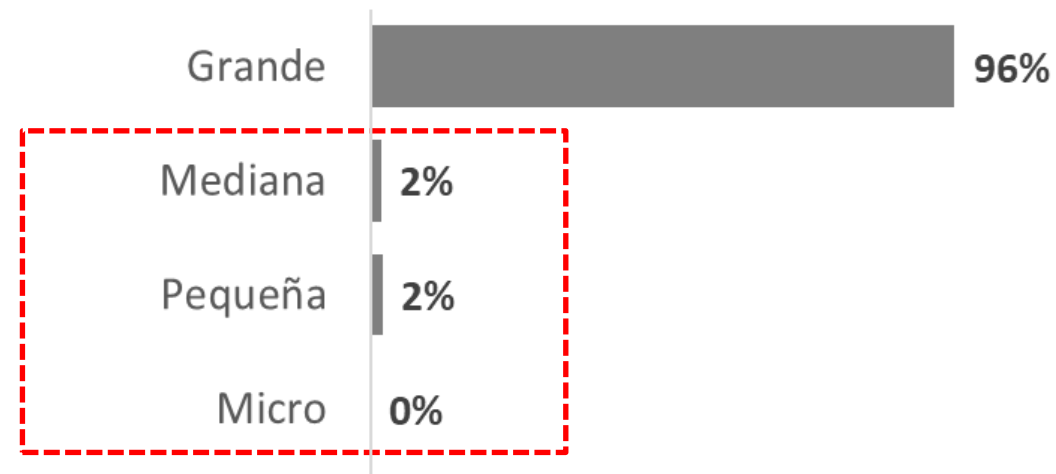
## 02 | Desempeño sectorial

Participación por N° Empresas



**N° Empresas 132**

Participación por Valor FOB Exportado



**FOB USD 433 MM**

Fuente: Infotrade