PERÚ | Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

prom perú

Perú

Sesión de Inteligencia Sector Agro

Alimentos y bebidas

Febrero, 2026

Agenda

01 Desempeño sectorial

02 Contexto Macro

Situación de la industria de conserva, aceite, harinas y polvos

Tendencias

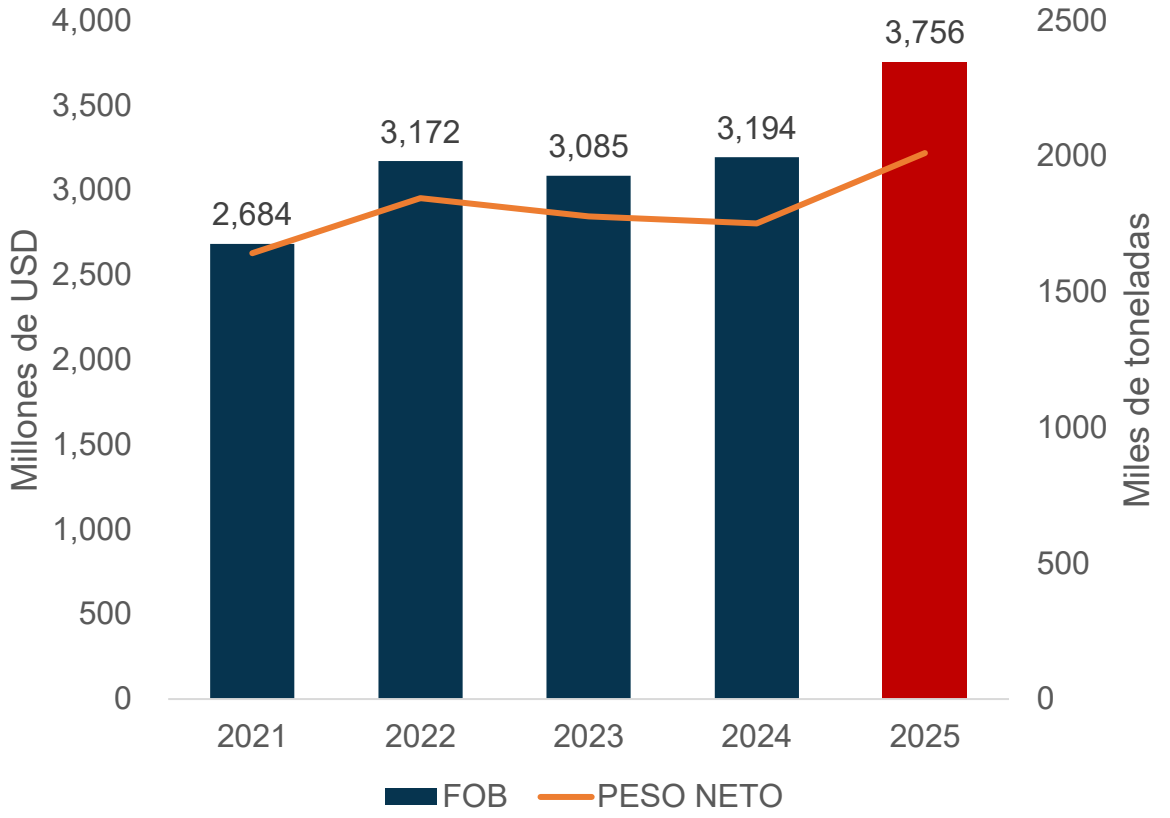
Tamaño de mercado y Pronósticos

1 Desempeño sectorial

01 | Desempeño de las exportaciones de alimentos y bebidas 2025

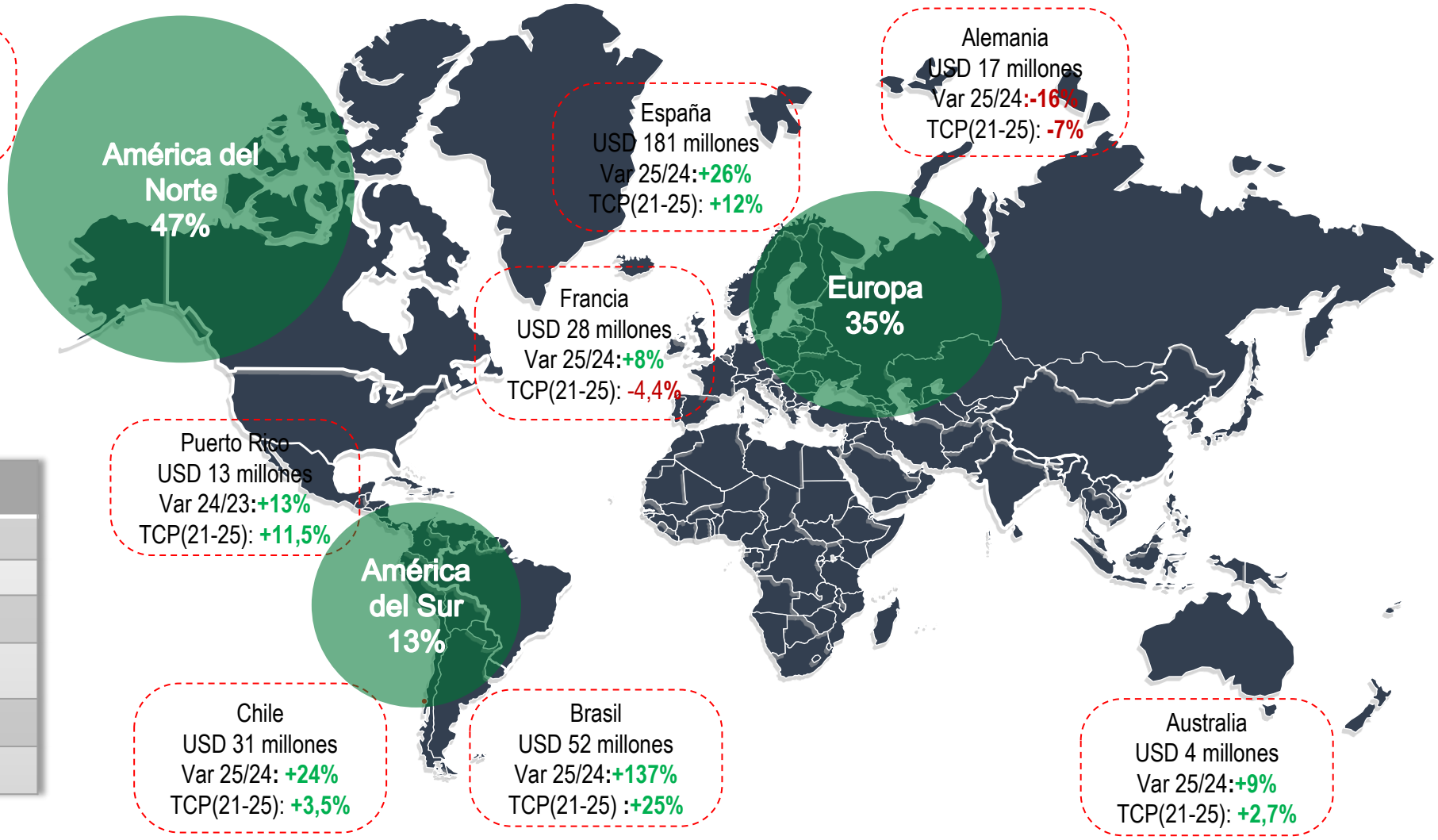
FOB millones	3 756	+17,6%
Miles toneladas	2 012	+14,8%
Empresas	1 725	+2,7%
Partidas	544	-2,0%
Mercados	140	+1,4%

TCP 2021-2025: 8,8%



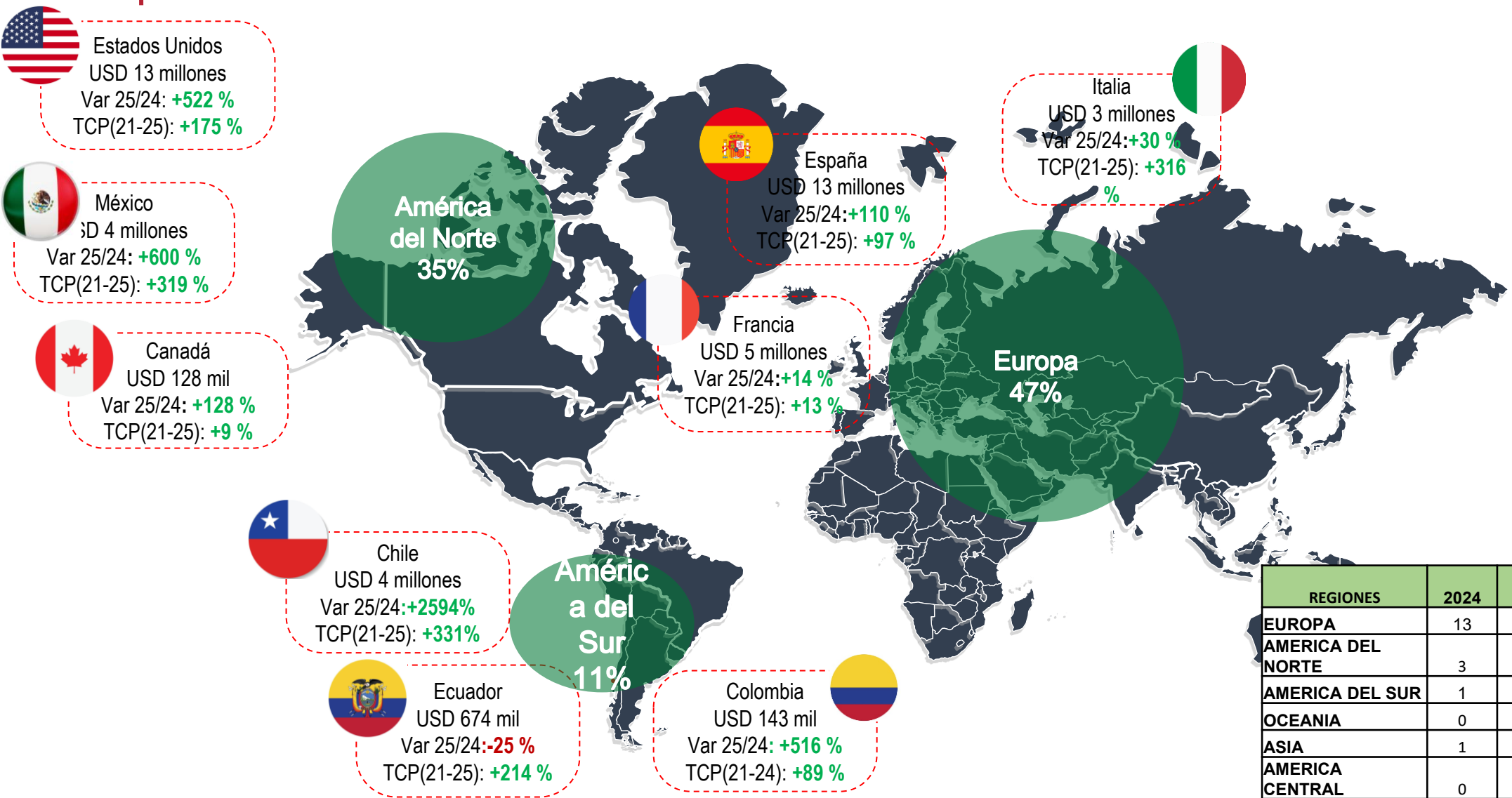
Nota: Se excluye bebidas alcohólicas
Fuente: Infotrade 2025

01 | Desempeño de las exportaciones de conservas por mercado 2025



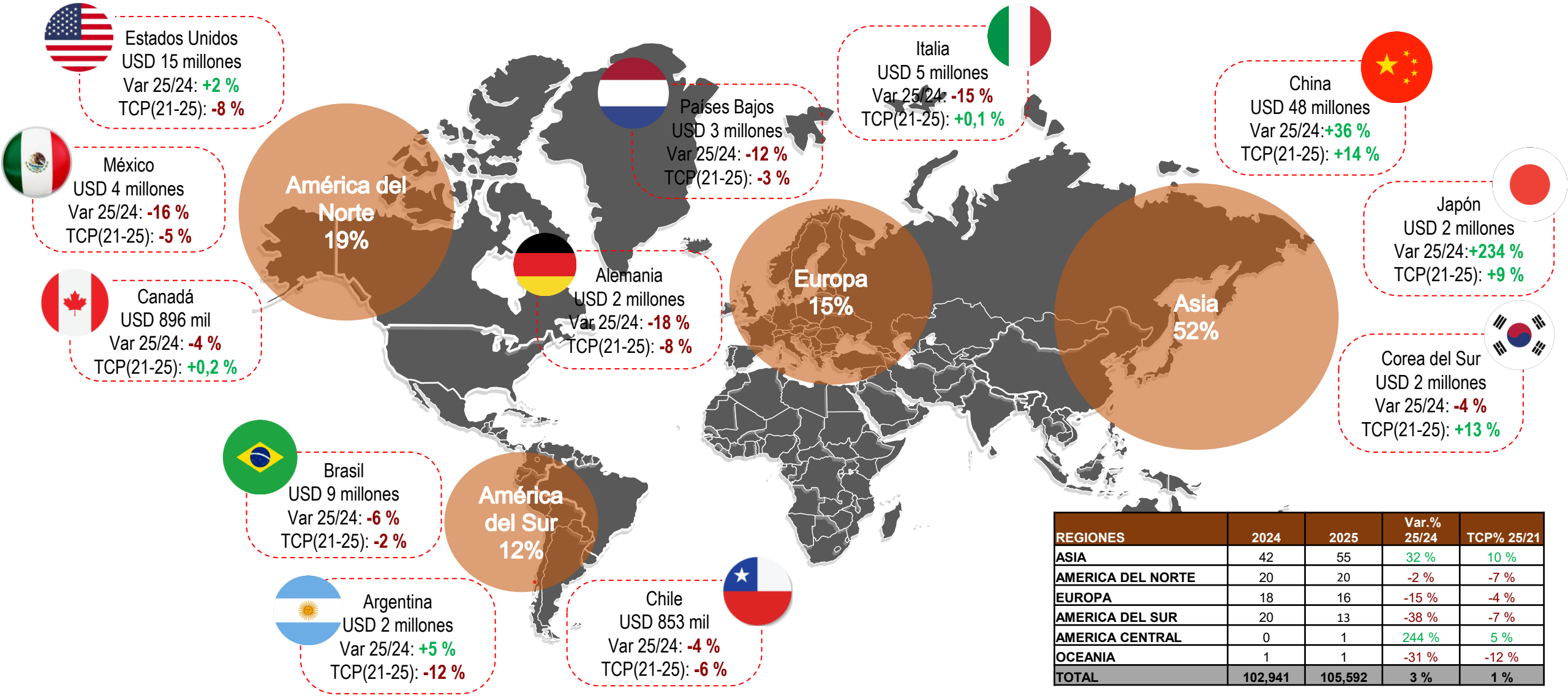
Geografía	2024	2025	Var % (25/24)	TCP % (25/21)
Norte América	290	342	+18%	+4.8%
Europa	213	255	+20%	+6.0%
América del sur	57	96	+68%	+13.4%
América central y caribe	27	30	+11%	+14%
Asia y Oceanía	10	11	+10%	+0%
Total	**597**	**734**	**+23%**	**+6.50%**

01 | Desempeño de las exportaciones de aceites vegetales por mercado 2025



REGIONES	2024	2025	Var.% 25/24	TCP % 25/21
EUROPA	13	23	66%	38%
AMERICA DEL NORTE	3	17	530%	168%
AMERICA DEL SUR	1	5	388%	256%
OCEANIA	0	2	267%	131%
ASIA	1	0	-23%	-22%
AMERICA CENTRAL	0	0	-19%	70%
TOTAL	19	48	151%	53%

01 | Desempeño de las exportaciones de harinas y polvos por mercado 2025



REGIONES	2024	2025	Var.% 25/24	TCP% 25/21
ASIA	42	55	32 %	10 %
AMERICA DEL NORTE	20	20	-2 %	-7 %
EUROPA	18	16	-15 %	-4 %
AMERICA DEL SUR	20	13	-38 %	-7 %
AMERICA CENTRAL	0	1	244 %	5 %
OCEANIA	1	1	-31 %	-12 %
TOTAL	102,941	105,592	3 %	1 %

2 Contexto macro

Preparados o conservados

02 | Contexto Macro

- En el mercado existe una amplia gama de proveedores de materias primas, lo que permite a los compradores poder cambiar con facilidad.
- Con muchos actores que ofrecen alimentos en conserva, la estrategia es mantener precios competitivos, lo que facilita a los consumidores puedan probar diferentes marcas.
- Actores clave dominan el panorama competitivo del mercado, lo que dificulta el ingreso de nuevos participantes ya que estas empresas consolidadas tienen reconocimiento de marca, recursos, logística y trayectoria.
- Los consumidores prefieren predominantemente productos de marcas multinacionales, atraídos por su cumplimiento de las normas de seguridad y prácticas de información transparentes.
- Inversiones en I+D, publicidad son cruciales para la innovación, calidad del producto y visibilidad de la marca.
- El mercado observa un creciente interés en productos sustitutos, en gran medida por los alimentos frescos y orgánicos, opciones más naturales y menos procesadas.
- Existe una intensa competencia entre los actores existentes, amplia gama de productos que satisfacen diversas necesidades de los consumidores, lo que hace que sea un desafío ingresar.
- Adoptar estrategias de distribución omnicanal, formar alianzas con minoristas permite llegar un público más amplio, prácticas sostenibles
- Crecimiento en China: Urbanización y mayor renta disponible impulsan el mercado de alimentos preparados. Se espera que alcance 8.317 millones de yenes en 2025. Espárragos enlatados y encurtidos ganan popularidad por su practicidad y valor nutricional.

Fuente: Mordor Intelligence 2025

02 | Tendencias

Conveniencia, asequibilidad, simples y fácil acceso

Latas sin revestimiento de BPA

Transparencia y envase de vidrio

Sin organismos genéticamente modificados (OGM)

Creciente demanda de frutas tropicales ó exóticas

Sabores premium, novedosos

Presentaciones premium y gourmet

Alcachofas a la Brasa Mariangela Prunotto Pack 3 unidades x 320g

Alcachofas ala Brasa Mariangela Prunotto son Alcachofas a la brasa, elaboradas en época de recolección.Alcachofas (escaldadas con agua y una pequeña porción de vinagre) a la brasa y conservadas en aceite extra virgen de oliva.

Fuente: Mordor Intelligence 2025

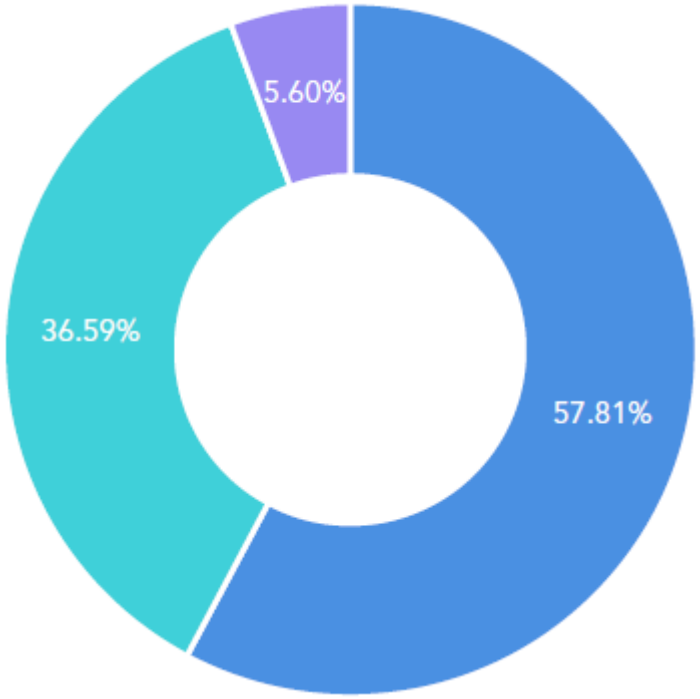
02 | Contexto macro del mercado de espárragos

Los espárragos enlatados y encurtidos se consolidan como una opción práctica, rentable y versátil en mercados globales, respondiendo a la demanda de conveniencia, sostenibilidad y variedad de sabores.

- **Conveniencia y consumo en Occidente**: Han impulsado la cultura de la practicidad en Norteamérica y Europa. Entre los beneficios resaltan larga vida útil, porciones listas, calidad constante. Ejemplo UK. 64 % valora almacenamiento en despensa, 53 % prioriza calidad-precio, 41 % destaca practicidad para cocinar, 46 % considera reducción de desperdicio.
- **Innovación en espárragos encurtidos:** Variedades saborizadas (ajo, eneldo, chile, dulces/picantes) aumentan atractivo.
- **Usos:** aperitivos, ensaladas, embutidos, guarniciones de cócteles.
- El éxito en el mercado de espárragos enlatados depende de un suministro confiable y alianzas estratégicas, mientras que la competencia está marcada por grandes multinacionales y productores regionales que buscan diferenciarse en calidad y eficiencia.
- **Principales actores:** Countree Food, Green Giant, Buc-ee's, Birds Eye, Cesurca, Goya, Del Monte, Tillen Farms, Stonewall Kitchen, Foster's, Napoleon, El Navarrico.
- **Suministro y alianzas estratégicas**: La fiabilidad es esencial para el mercado global de espárragos enlatados. Los productores con cadenas de suministro eficientes y capacidad de producción sólida tienen ventaja competitiva.
- Ejemplo: alianza AEON Japón – Countree Food (junio 2023) para asegurar espárragos blancos enlatados de alta calidad, aprovechando infraestructura y logística.

Fuente: Mordor Intelligence 2025

02 | Tamaño de mercado y proyecciones por tipo (Valor en millones de dólares)



Espárragos	2020	2021	2022	2023	2024	2025 (est.)	2030 (f)	CAGR (%) (2025-2030)
Congelado	549.6	568.5	589.1	611.9	637.5	665.0	853.7	5.12%
Conserva/ preservado	337.8	351.8	367.1	384.2	403.5	424.4	572.3	6.16%
Deshidratado	54.9	56.4	58.0	59.8	61.8	63.9	78.0	4.06%
Total	942.3	976.8	1,014.2	1,055.9	1,102.7	1,153.4	1,503.9	5.45%

Fuente: Mordor Intelligence 2025

02 | Contexto macro del mercado de capsicum

Retos y desafíos del mercado:

- ❑ Ante la inconsistencia en la disponibilidad de materia prima, muchos procesadores están recurriendo a fuentes de calor alternativas, como las oleorresinas de capsicum, los extractos estandarizados de picor, los cultivares híbridos de chile y los pimientos cultivados en entornos controlados.
- ❑ Los mercados europeos, en particular, siguen dependiendo en gran medida de las importaciones de chiles.
- ❑ Los precios del chile rojo se han visto afectados por las grandes existencias pendientes, la llegada de nuevas cosechas y la débil demanda de los principales países importadores.
- ❑ Una reestructuración estratégica hacia fuentes de picante alternativas

Impulso del mercado:

- ❑ La demanda de comidas prácticas y listas para consumir favorece el crecimiento del mercado de chile y pimiento enlatados/encurtidos.
- ❑ Ventajas: mínima preparación, larga vida útil, utilidad en despensas y emergencias.
- ❑ Interés creciente en sabores auténticos, intensos, picantes y métodos tradicionales de conservación (encurtido, enlatado).

Tendencias de consumo

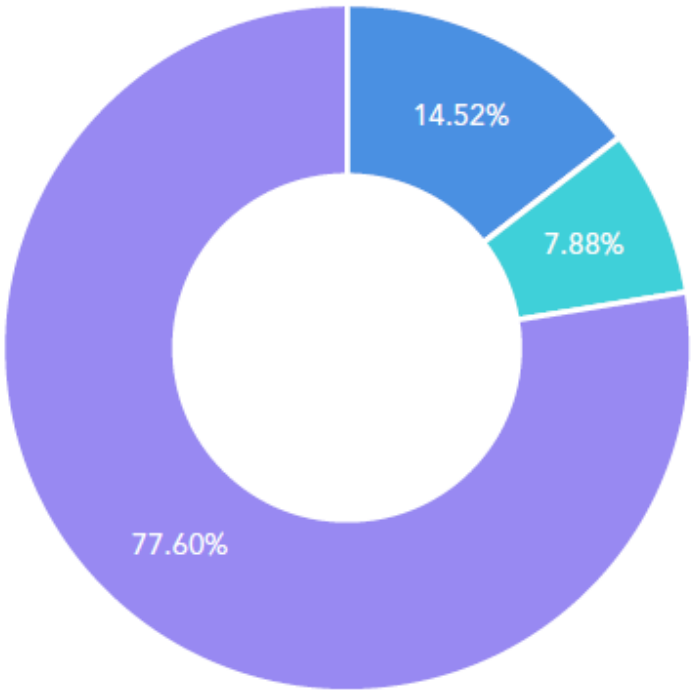
- ❑ Mayor preferencia por alimentos vegetales, saludables y sostenibles.
- ❑ Consumidores buscan opciones nutritivas, éticas y prácticas, alineadas con dietas flexitarianas y veganas.
- ❑ Fabricantes responden con variantes vegetales y sabores regionales/internacionales.

Escenario competitivo

- ❑ Mercado con fragmentación moderada.
- ❑ Actores clave: Hormel Foods, Goya Foods, The Wendy’s Company.
- ❑ Competencia basada en innovación: nuevos sabores, empaques y opciones saludables.

Fuente: Mordor Intelligence (2025), Statista (2025)

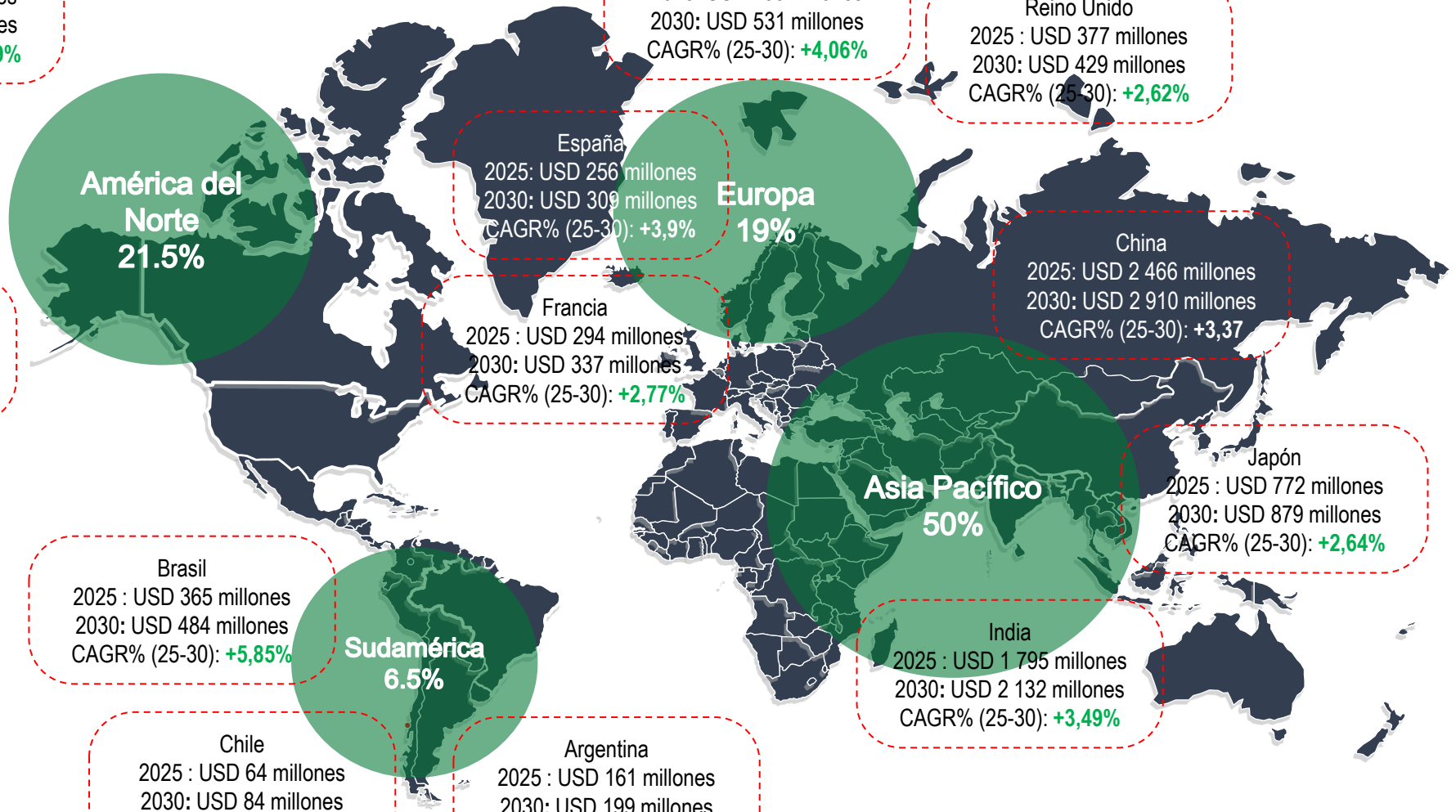
02 | Tamaño de mercado y proyecciones por tipo (Valor en millones de dólares)



Capsicum	2020	2021	2022	2023	2024	2025 (est.)	2030 (f)	CAGR (%) (2025-2030)
Congelado	1,397.5	1,451.5	1,510.3	1,575.8	1,649.4	1,729.2	2,283.1	5.72%
Conserva/ preservado	793.0	815.3	839.3	865.8	895.2	926.6	1,135.0	4.14%
Deshidratado	8,052.1	8,220.7	8,401.0	8,598.1	8,815.2	9,045.1	10,523.0	3.07%
Total	10,242.5	10,487.4	10,750.6	11,039.6	11,359.8	11,700.8	13,941.1	3.57%

Fuente: Mordor Intelligence 2025

Tamaño de mercado y proyecciones por geografía en millones de dólares (espárragos y capsicum procesado)



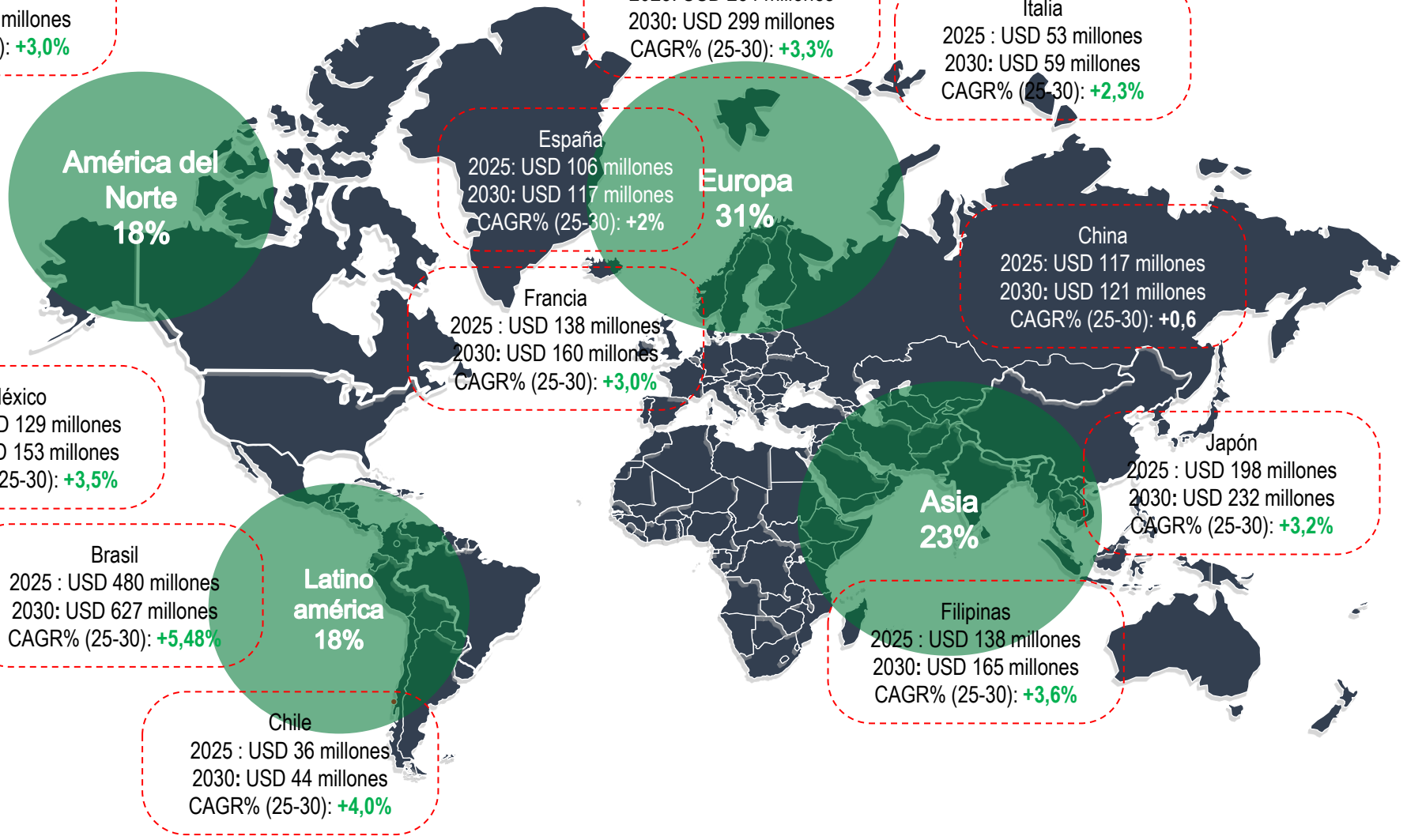
Geografía	2025 (est)	2030(f)	CAGR % (2025-2030)
Norte América	2,781	3,445.4	4.38%
Europa	2,415.4	2,860.5	3.44%
Asia Pacífico	6,354.2	7,432.4	3.18%
Sudamérica	856.6	1,104	5.2%
Medio Oriente y África	446.9	602.6	6.16%

02 | Contexto macro del mercado de piña

- El tamaño del mercado se sitúo en 4,077 millones de dólares en 2025 y se prevé que alcance los 4,793 millones de dólares para 2030, lo que se traduce en una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) del 5,31 % durante dicho período.
- La demanda de los hogares, impulsada por la conveniencia, estándares nutricionales más estrictos para las comidas escolares y los programas de abastecimiento resilientes al clima en Costa Rica, Kenia, Filipinas, cadenas de suministro globales, impulsa la expansión.
- Las innovaciones en los envases no solo amplían las ocasiones de consumo, sino que también ayudan a mantener los precios superiores al ofrecer una mayor conveniencia y satisfacer las diversas necesidades de los consumidores.
- Algunas estrategias de procesadores son la intensificación de proyectos de nearshoring en Kenia y Ghana por su cercanía a la costa
- En Estados Unidos, los productos de marca blanca representan actualmente el 20,9 % de las ventas minoristas en dólares.
- Por otro lado, los vasos de plástico monodosis disfrutan de una sólida tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) del 10,65 %, ideal para refrigerios para llevar y el control de porciones en instituciones, cuya relevancia geográfica es en Centros urbanos de América del Norte, la UE y Asia-Pacífico
- El comercio minorista generó el 62,60% de los ingresos de 2024, mientras que se prevé que el servicio de alimentos registre la CAGR más alta del 6,88% entre 2025 y 2030.
- *Algunos desafíos:* Volatilidad en las pérdidas de cultivos impulsada por El Niño en Tailandia y Filipina cuya relevancia geográfica Asia-Pacífico: interrupciones del suministro que afectan a los mercados globales, 2) El aumento de los costos globales de insumos para las latas de metal reduce los márgenes de los procesadores (fuerte presión en EEUU por los aranceles),3) Las regulaciones de reducción de azúcar reducen la demanda de SKU con alto contenido de jarabe(Amèrica del Norte y UE)

Fuente: Mordor Intelligence (2025), Globaldata (2026)

Tamaño de mercado y proyecciones por geografía en millones de dólares (piña en conserva)



Geografía	2025 (est)	2030 (est)	CAGR % (2025-2030)
Africa	66.72	75.42	2.48
Asia	947.62	1,088.19	2.80
Australasia	154.43	178.18	2.90
East Europe	339.33	409.05	3.81
Latin America	748.94	950.23	4.88
Middle East, North Africa	156.61	191.90	4.15
North America	730.69	822.96	2.41
West Europe	932.87	1,077.22	2.92

Fuente: Globaldata 2026

Aceites vegetales

02 | Contexto macro del mercado de Aceite de Oliva

- A pesar de tratarse aún de cifras provisionales, se estimó que la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2025/26 llegue a los 3 millones de toneladas, lo que representa una caída del 4%, con respecto a la campaña anterior.

- El consumo mundial se situaría en torno a 3 215 000 toneladas (+15%).

- España consolida su liderazgo mundial en aceite de oliva tras dos cosechas muy cortas, pero aun así represente alrededor del 40% de la producción mundial.

- Con más de 400 mil toneladas, las previsiones preliminares podrían posicionar a Túnez como el segundo mayor productor mundial de aceite de oliva en 2025/26, representando el 13% de la producción global.

- Se prevé que la producción de aceite de oliva en Grecia disminuya, el cultivo también se ha visto afectado negativamente por la sequía prolongada en algunas zonas de las principales regiones productoras.

- Se pronostica que la producción en Turquía también disminuirá con respecto a la cosecha récord registrada durante la temporada anterior.

- En cuanto a los precios del aceite de oliva virgen extra, los últimos datos disponibles indican lo siguiente:

  - Jaén (España): en la semana del 8 al 14 de diciembre, € 433 por 100 kg.
  - Bari (Italia): en la semana del 8 al 14 de diciembre, € 665 por 100 kg.
  - Chania (Grecia): en la semana del 8 al 14 de noviembre, € 465 por 100 kg.

Fuente: International Olive Oil, 2026, FAO

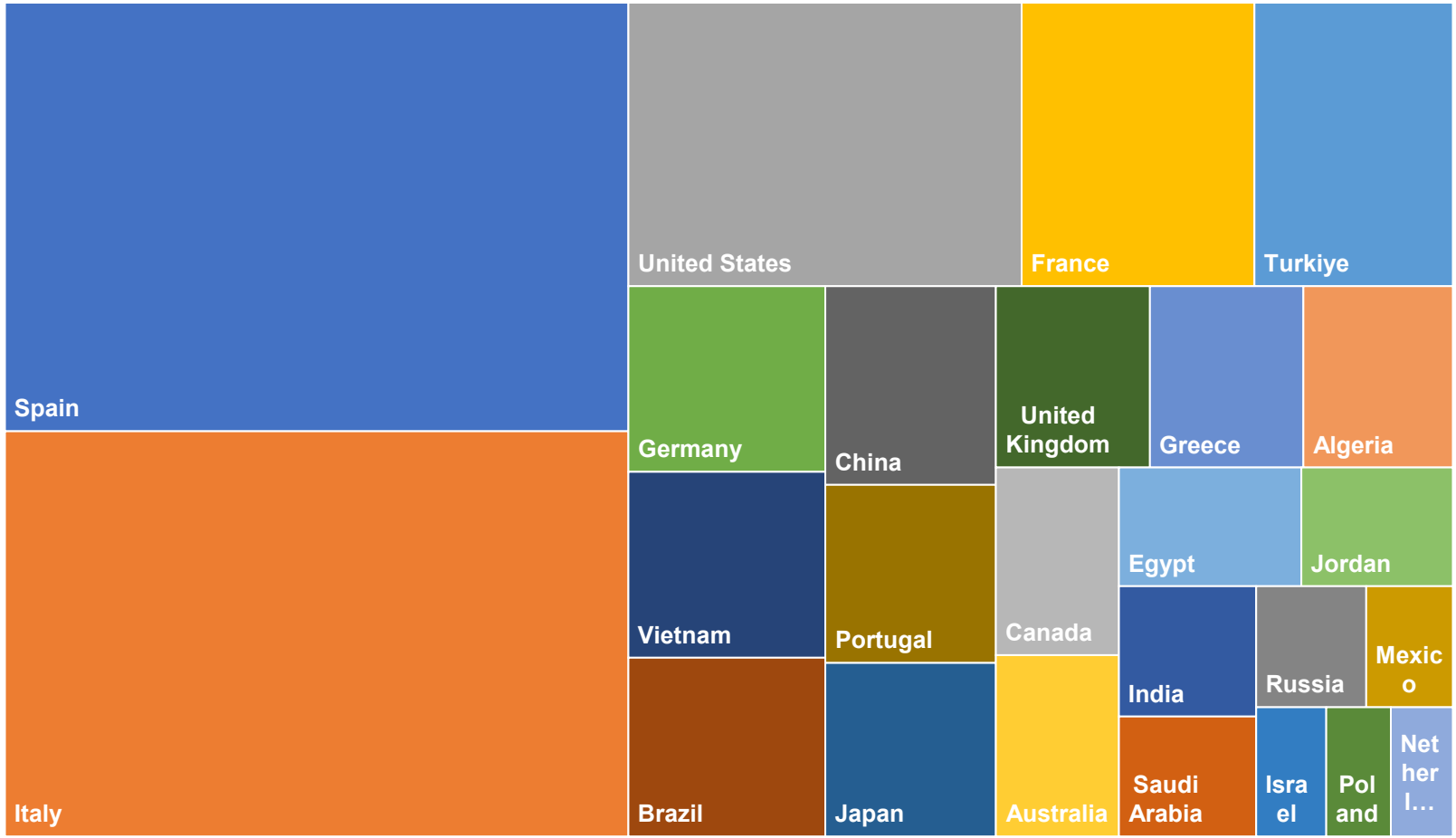
02 | Tamaño de mercado y proyecciones de aceite de oliva

- Según la FAO, el consumo mundial de aceite comestible ha aumentado a una tasa anual de 4% y se prevé que esta tendencia continúe.
- En la mayoría de los países en desarrollo, el aceite de oliva es un producto de nicho principalmente debido a su precio premium.
- A pesar de la disminución de la oferta de aceitunas, la demanda se mantuvo estable, impulsando a los precios del aceite a un máximo histórico en los últimos años.
- Europa dominó el mercado del aceite de oliva con una participación del 49,75 % en 2025.
- El segmento de aceite de oliva virgen lideró el mercado gracias a su alto contenido nutricional y a su creciente popularidad por sus beneficios para la salud.
- El segmento doméstico/minorista tuvo la mayor participación, debido al aumento de las prácticas culinarias caseras y la demanda de aceites mínimamente procesados.

Fuente: Fortune Business Insights, 2025

02 | Consumo minorista de aceite de oliva

- Durante el 2025, el 50 % del consumo se concentra en 4 países: España, Italia, Estados Unidos y Francia.
- Brasil es uno de los mercados que tendrá una tasa anual de crecimiento de 12,03 % hacia el 2030.
- Mientras que India, México y Polonia tendrán tasas de crecimiento 5 % hacia el 2030.



Fuente: GlobalData, 2025

El desarrollo de aceites de oliva enriquecidos y aromatizados se ha consolidado como una tendencia emergente

Estos productos responden a las preferencias de los consumidores, quienes buscan propuestas innovadoras que combinen atributos sensoriales diferenciados con beneficios nutricionales.

La incorporación de soluciones de envasado sostenibles, junto con la aplicación de innovaciones tecnológicas, está generando nuevas oportunidades

Existe una creciente preferencia por productos que emplean empaques ecológicos, incluso cuando ello implica asumir un mayor costo.

Fuente: Fortune Business Insights, 2025

Harinas y polvos

02 | Tamaño de mercado y proyecciones de fruta en polvo

Market Overview

Study Period	2021 - 2031
Market Size (2026)	USD 17.2 Billion
Market Size (2031)	USD 22.94 Billion
Growth Rate (2026 - 2031)	5.95 % CAGR
Fastest Growing Market	Europe
Largest Market	Asia Pacific
Market Concentration	Low

- El crecimiento se debe por la preferencia de los consumidores por etiquetas limpias además de la creciente adopción de polvos de frutas en bebidas, refrigerios y nutraceúticos.
- En 2025, el polvo de plátano lideró el mercado de polvos de fruta con una participación del 22,45 %.
- La fruta del dragón destaca como el segmento de mayor crecimiento, con una tasa anual de 6,45 % proyectada hasta 2031.
- Las bebidas concentraron el 28,35 % del mercado de polvos de fruta en 2025.
- Los snacks y productos listos para consumir muestran la expansión más rápida, con una tasa de 6,88 % hasta 2031.

Fuente: Mordor Intelligence, 2026

02 | Tamaño de mercado y proyecciones de fruta en polvo

- Asia-Pacífico lidera el mercado con 34,90 % de participación en 2025, impulsado por su fuerte capacidad de procesamiento, costos competitivos y producción orientada a la exportación.
- Europa muestra un crecimiento sostenido, con una tasa anual de 6,90 % hasta 2031, respaldado por regulaciones que promueven ingredientes naturales, sostenibilidad e innovación en productos premium.
- América del Norte destaca por su liderazgo en innovación, certificaciones orgánicas y productos de etiqueta limpia, aunque con costos de producción más elevados.
- América del Sur aprovecha su amplia producción de frutas tropicales, mientras que Medio Oriente y África emergen como mercados con alto potencial debido al crecimiento económico y mayor demanda de alimentos procesados.

Fuente: Mordor Intelligence, 2026

Demanda creciente de alimentos de conveniencia impulsan el uso de frutas en polvo

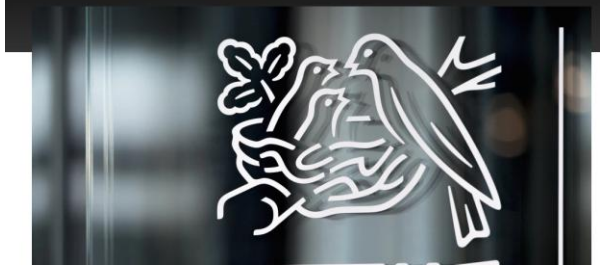
PepsiCo eliminará ingredientes artificiales de sus productos antes de finalizar 2025

Actualmente, más del **60 %** del portafolio de alimentos de PepsiCo ya está libre de colorantes y saborizantes artificiales.

Durante décadas, las góndolas de los supermercados se llenaron de productos que prometían sabor, practicidad y duración. Hoy, las mismas marcas que construyeron ese modelo —como **Bimbo, Nestlé, Conagra Brands y General Mills**— comienzan a desandar el camino. Están reformulando sus productos para **eliminar los ingredientes artificiales y apostar por fórmulas más naturales.**

NEGOCIO

Nestlé dice que eliminará los colorantes artificiales de los alimentos estadounidenses para 2026



Fuente: Mordor Intelligence, 2026

Creciente popularidad de smoothies y bebidas saludables

Mayor vida útil fomenta la adopción de polvos de fruta sobre la fruta fresca

DIRECCIÓN INTELIGENCIA DE MERCADOS, PROMPERÚ