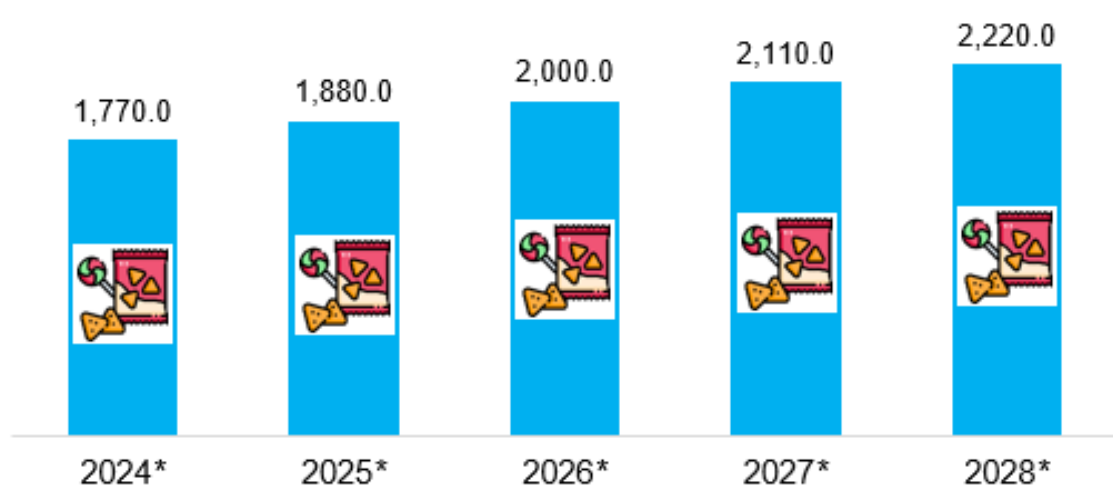


Ventas del Mercado Mundial de Confitería y Snacks (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

Mercado Mundial de Confitería y Snacks

Para 2024, las ventas mundiales de confitería y snacks alcanzarían los US\$ 1,770.0 mil millones. Se espera que al 2028 el sector logre ventas por US\$ 2,220.0 mil millones, lo que significará un crecimiento promedio anual de 5.8% entre 2024 y 2028.

Las ventas de este sector están lideradas por la categoría de confitería, la cual alcanzaría los US\$ 1,190.0 mil millones en 2024 (67.2% del total). Esta categoría cubre alimentos con un contenido de azúcar relativamente alto, el cual se divide en confitería de chocolate, helados, pastelería y panadería procesada y demás confitería. Se estima que para 2028, las ventas de esta categoría se situarán en US\$ 1,490.0 mil millones, con un crecimiento promedio anual de 5.8% entre 2024 y 2028.

La categoría snacks concentraría el 32.8% de las ventas totales en 2024 (US\$ 580.0 mil millones). Esta categoría incluye snacks dulces y salados. Este segmento se divide en galletas dulces y saladas, papas fritas, tortillas, flips y pretzels. Se esperan ventas por US\$ 730.0 mil millones para el 2028 y un crecimiento promedio anual de 5.9% entre 2024 y 2028.

A nivel de ventas por países, los principales mercados para el sector de confitería y snacks son Estados Unidos, Japón, China, India y Nigeria, los cuales estarían acumulando el 50.6% de las ventas mundiales en 2024.

Estados Unidos se mantiene como el país con mayores ventas internas de confitería y snacks. En 2024 facturaría US\$ 313.0 mil millones, monto que representaría el 17.7% de las ventas mundiales. Se estima que alcanzaría los US\$ 353.7 mil millones para el 2028, con una tasa de crecimiento promedio anual de 3.1% entre 2024 y 2028.

De igual forma, Japón permanecería como el segundo mercado con mayores ventas en 2024 (US\$ 261.4 mil millones). Se proyecta que crecería a una tasa promedio anual de 1.5% en el periodo 2024-2028 y alcanzaría ventas de US\$ 277.7 mil millones en 2028.

Destaca la proyección de crecimiento promedio anual de Nigeria, que crecería a una tasa de 12.0%, entre 2024 y 2028. Es decir, pasaría de US\$ 61.4 mil millones en 2024 a US\$ 96.5 mil millones en 2028.

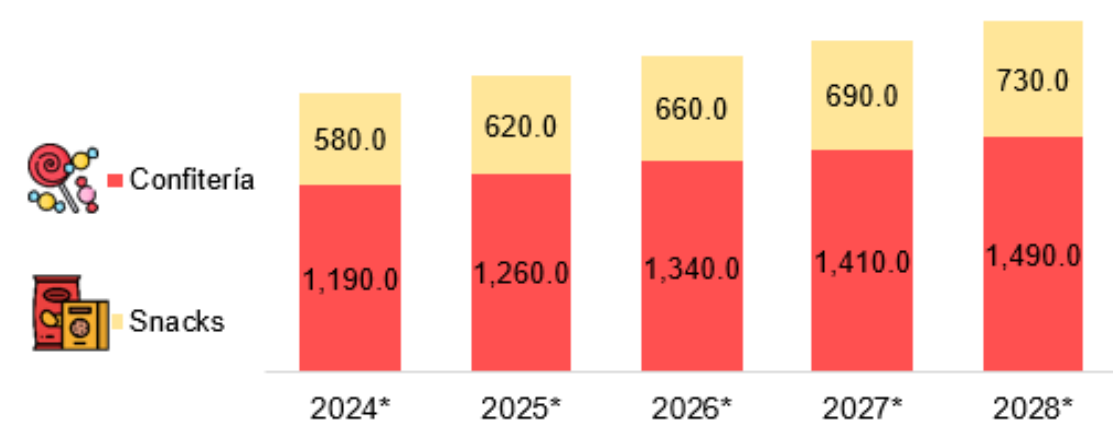
Importaciones de confitería y snacks

En el 2022, los principales países importadores fueron Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Canadá, los cuales registraron compras acumuladas por US\$ 45.9 mil millones, que representó el 41.0% de las importaciones mundiales del sector.

Estados Unidos fue el principal país importador de confitería y snacks en 2022, el cual registró compras por US\$ 19.4 mil millones y una participación de 17.3%. Ello significó un incremento del 23.7%, frente al 2021.

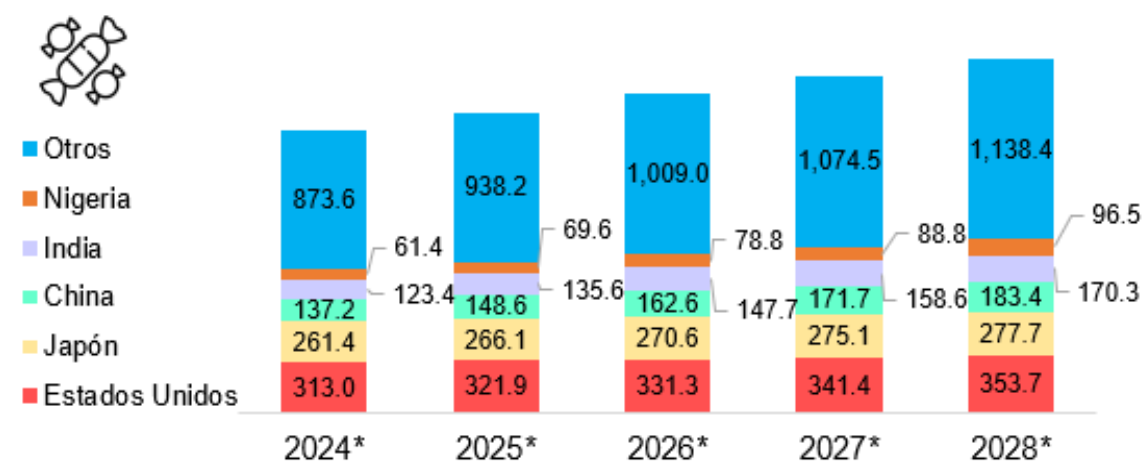
Alemania fue el segundo comprador mundial de confitería y snacks, el cual alcanzó los US\$ 8.0 mil millones en 2022 y obtuvo una participación de 7.1%. Frente al valor registrado en 2021, significó un alza de 23.0%.

Ventas del Mercado Mundial de Confitería y Snacks por categorías (Mil. Mill. US\$)



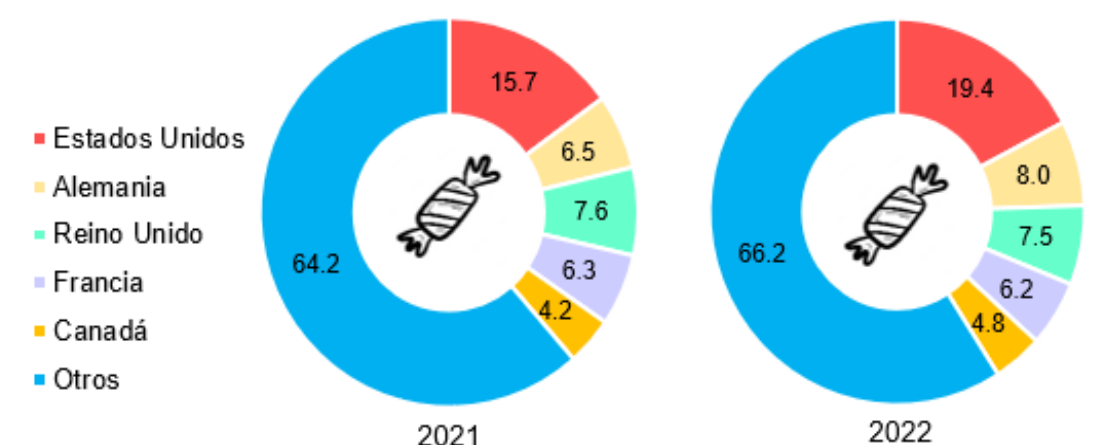
Fuente: Statista

Ventas del Mercado Mundial de Confitería y Snacks por principales países (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista

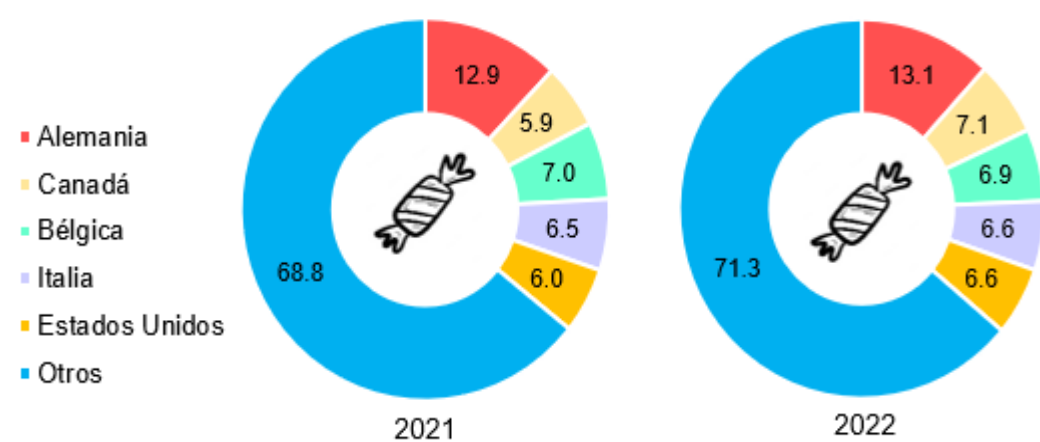
Importaciones** Mundiales de Confitería y Snacks por principales países (Mil. Mill. US\$)



** Se consideraron las partidas: 170410, 170490, 180631, 180632, 180690, 190410, 190420, 190490, 190530, 190531, 190532, 190590, 200600, 200819, 200899 y 210500.

Fuente: Trade Map

Exportaciones** Mundiales de Confitería y Snacks por principales países (Mil. Mill. US\$)



** Se consideraron las partidas: 170410, 170490, 180631, 180632, 180690, 190410, 190420, 190490, 190530, 190531, 190532, 190590, 200600, 200819, 200899 y 210500.

Fuente: Trade Map

Exportaciones de confitería y snacks

En 2022, los principales países exportadores fueron Alemania, Canadá, Bélgica, Italia y Estados Unidos, los cuales registraron ventas acumuladas por US\$ 40.3 mil millones, que representaron el 36.1% de las exportaciones mundiales.

Alemania fue el principal exportador de confitería y snacks en 2022, por un valor de US\$ 13.1 mil millones y una participación de 11.8% del total exportado. Las exportaciones alemanas en 2022 registraron un aumento de 1.7% frente al año anterior.

Exportaciones de Perú

Las exportaciones de confitería y snacks del Perú alcanzaron los US\$ 260.4 millones en 2022, lo que significó un crecimiento de 28.7% frente al año anterior.

Los 3 principales destinos de los envíos en 2022 fueron Estados Unidos, Chile y Colombia, los cuales acumularon el 55.9% del total exportado.

Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones peruanas de confitería y snacks en 2022, por un valor de US\$ 56.0 millones, lo que significó un incremento de 31.3% frente al 2021. Estados Unidos representó el 21.5% del total exportado por Perú en este rubro.

Chile ocupó el segundo lugar en 2022, con exportaciones por US\$ 45.0 millones, con un aumento de 23.1% frente al 2021 y una participación de 17.3%.

Destacó el crecimiento de Colombia en 2022, que registró un alza de 40.8% y envíos por US\$ 44.6 millones. A pesar de que fue el tercer lugar de los destinos peruanos, estuvo muy de cerca a Chile, acumulando el 17.1% de las exportaciones.

A nivel desagregado, las galletas y demás productos de pastelería y panadería fueron la principal línea de exportación peruana en 2022. Los envíos de estos productos registraron un crecimiento de 32.4% frente a 2021, alcanzando los US\$ 160.3 millones (61.6% del total de envíos en confitería y snacks en 2022), compuestos principalmente por envíos de galletas saladas, galletas dulces, barquillos, obleas, entre otros.

La segunda línea de productos más importante en 2022 fue la de chocolates y sus preparaciones. Este producto fue exportado por un valor de US\$ 45.7 millones y registró un crecimiento de 43.8% frente al año anterior. Asimismo, esta línea consolidó el 17.5% de todos los envíos de confitería y snacks realizados en 2022.

Las frutas y demás partes comestibles de plantas preparadas o conservadas registraron envíos por un valor de US\$ 23.5 millones en 2022, con snacks tales como plátano frito, camote frito y sachá inchi tostado, entre los más destacados.

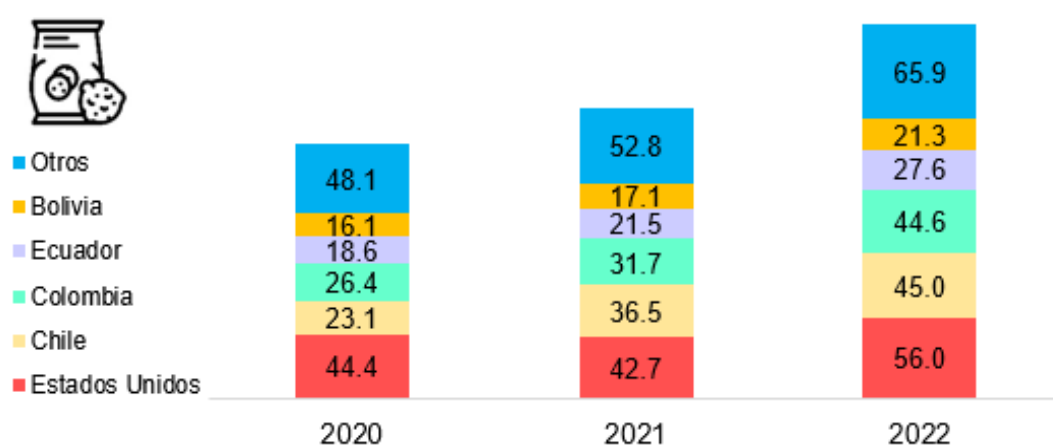
Tendencias

1. Sostenibilidad

La producción natural, ética y respetuosa con el medio ambiente, se ha convertido en un aspecto no negociable para múltiples compradores. Por ello, la demanda por productos de confitería y snacks se relaciona, estrechamente, a marcas que compartan ideales y valores personales y sociales de los consumidores.

En este marco, los consumidores buscan productos que utilicen materias primas de calidad como insumos. Dada esta tendencia,

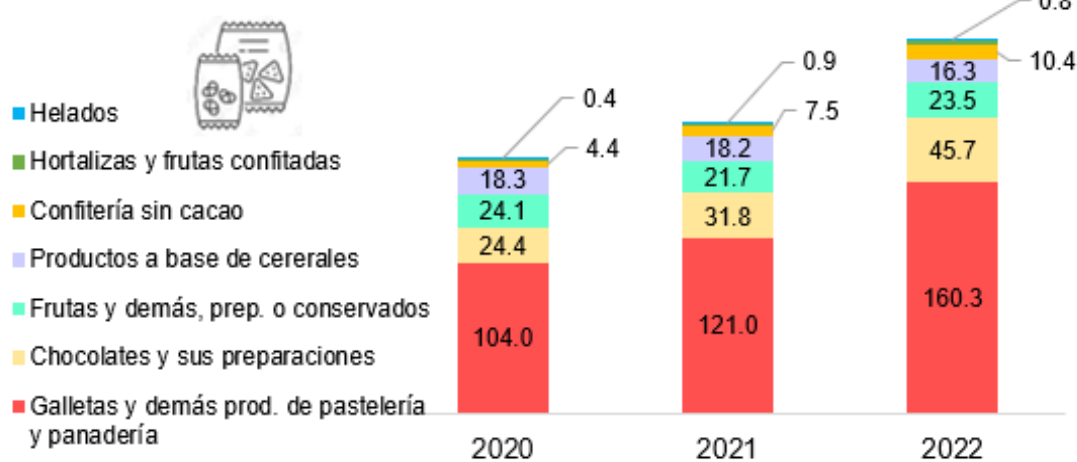
Exportaciones** Peruanas de Confitería y Snacks por principales destinos (Mill. US\$)



** Se consideraron las partidas: 170410, 170490, 180631, 180632, 180690, 190410, 190420, 190490, 190530, 190531, 190532, 190590, 200600, 200819, 200899 y 210500.

Fuente: Aduanas Perú / Adex Data Trade

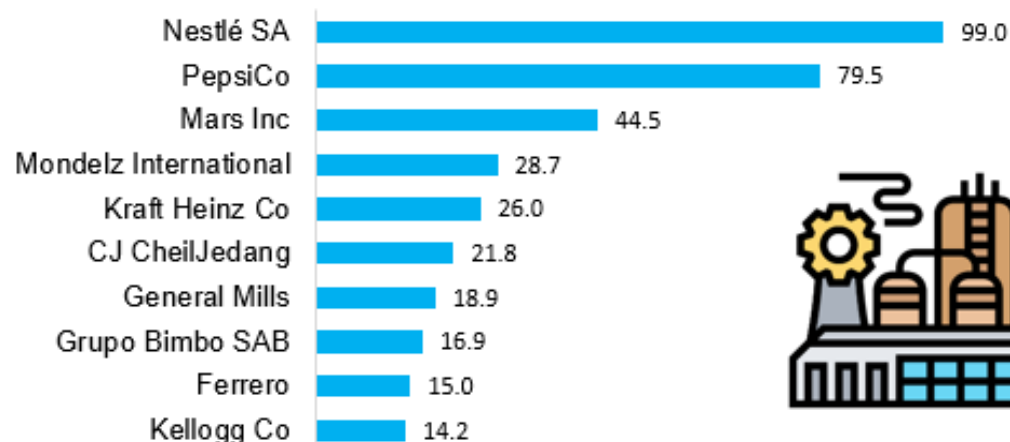
Exportaciones** Peruanas de Confitería y Snacks por líneas de productos (Mill. US\$)



** Se consideraron las partidas: 170410, 170490, 180631, 180632, 180690, 190410, 190420, 190490, 190530, 190531, 190532, 190590, 200600, 200819, 200899 y 210500.

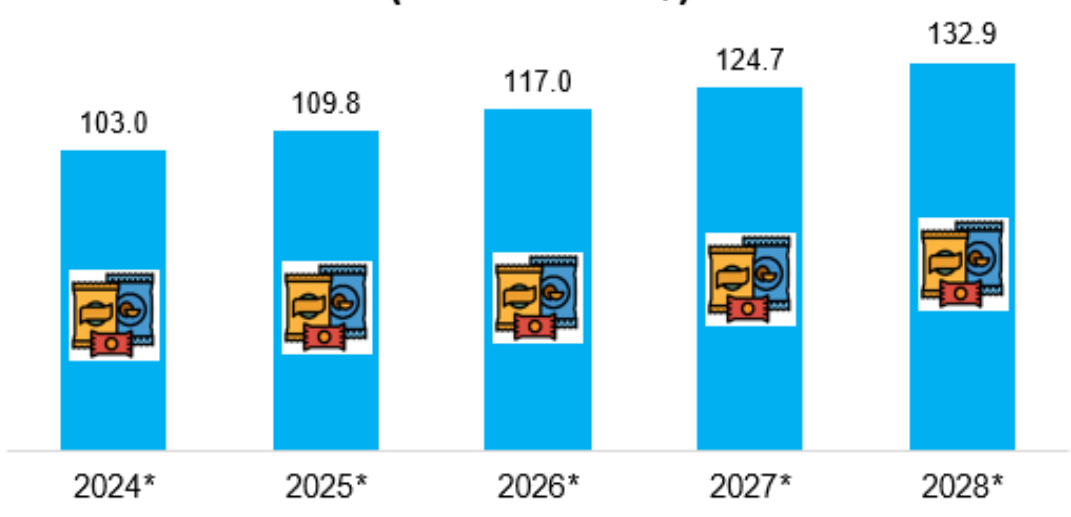
Fuente: Aduanas Perú / Adex Data Trade

Ventas Mundiales de Principales Empresas de Snacks y Panadería 2021 (Mil. Mill. US\$)



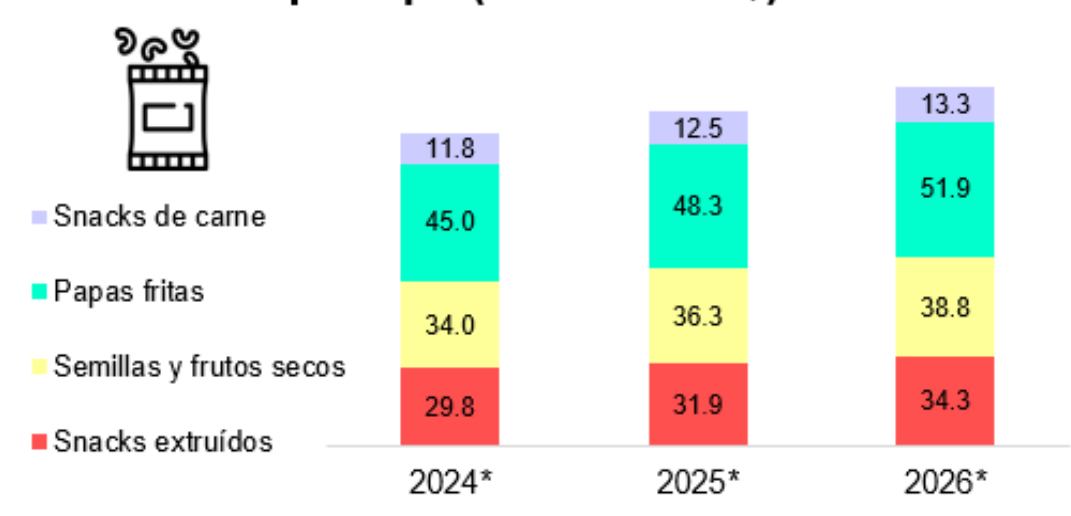
Fuente: Statista / Snack Food & Wholesale Bakery

Valor del Mercado Mundial de Snacks Saludables (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista / Grand View Research

Valor del Mercado Mundial de Snacks Salados por tipo (Mil. Mill. US\$)



Fuente: Statista / Orion Market Research

Razones Mundiales para Consumir Snacks en 2020



Encuesta realizada a 6,292 personas en 12 países.

Fuente: Statista / Mondelez

Principales Aspectos de Etiquetas de Alimentos con Declaraciones Funcionales en Japón 2022



Encuesta realizada a 10,000 personas en Japón

Fuente: Statista / CAA / Neo Marketing

en los últimos años, los productores de snacks y confiterías han adoptado una práctica asociada al aprovechamiento máximo y sostenible de materias primas. Por ejemplo, anteriormente solo se utilizaban los granos de cacao en la producción de chocolate, mientras que ahora se utiliza la totalidad de la fruta de cacao contribuyendo a la reducción del desperdicio de la materia prima, como la empresa Cacao Barry, que lanzó su chocolate WholeFruit, elaborado 100% con fruta de cacao.

2. Placer saludable

La alimentación es una prioridad en la decisión del gasto per cápita del consumidor. En esta línea, las nuevas tendencias en productos alimenticios naturales y saludables permiten el consumo de alimentos sin descuidar la salud ni el bienestar.

Según el estudio "Estado del Picoteo: Estudio de tendencias globales del consumidor 2020", se resalta que más del 50% de adultos en el mundo consumen snacks más saludables, conscientes de que contribuye a la ingesta de nutrientes y como refuerzo inmunológico. Considerando esta tendencia en el consumo, Grand View Research ha pronosticado que el mercado global de snacks saludables alcanzará un valor de US\$ 132.9 mil millones para el 2028.

A nivel de productos, las opciones saludables más buscadas por los consumidores son la confitería baja en calorías, rica en cacao, sin azúcar y con alto contenido de proteínas. Asimismo, con la finalidad de cuidar la salud, algunos productos buscan sustituir el azúcar por frutas.

3. Indulgencia permisible

En la actualidad, los consumidores a nivel mundial no quieren dejar de disfrutar sus dulces favoritos, por ello, buscan dosis "libres de culpa". Ante esta necesidad de la demanda, una tendencia identificada es el ofrecimiento de presentaciones de una sola porción o de porciones de tamaño reducido por parte de empresas productoras de snacks y confitería. Por ejemplo, Mondelez, empresa fabricante de galletas Oreo, planea destinar el 20% de sus ingresos hacia la fabricación de productos controlados en porciones en 2025.

4. Basado en plantas

En el caso del chocolate, los consumidores buscan alternativas sin lácteos, pero sin afectar el sabor y consistencia. Mars y Lindt, por ejemplo, lanzaron variantes sin lácteos en el Reino Unido y Canadá, respectivamente.

Otro producto importante en la categoría estudiada es el helado. En particular, los helados a base de plantas vieron crecer su demanda mundial en los últimos años. Este resultado fue impulsado por una amplia variedad de opciones disponibles en el mercado. Por ejemplo, Yamo ofrece una alternativa a base de ñame para los consumidores de Brasil, mientras que Kaju Vegan se dirige a aquellos con intolerancia a la lactosa en Egipto.

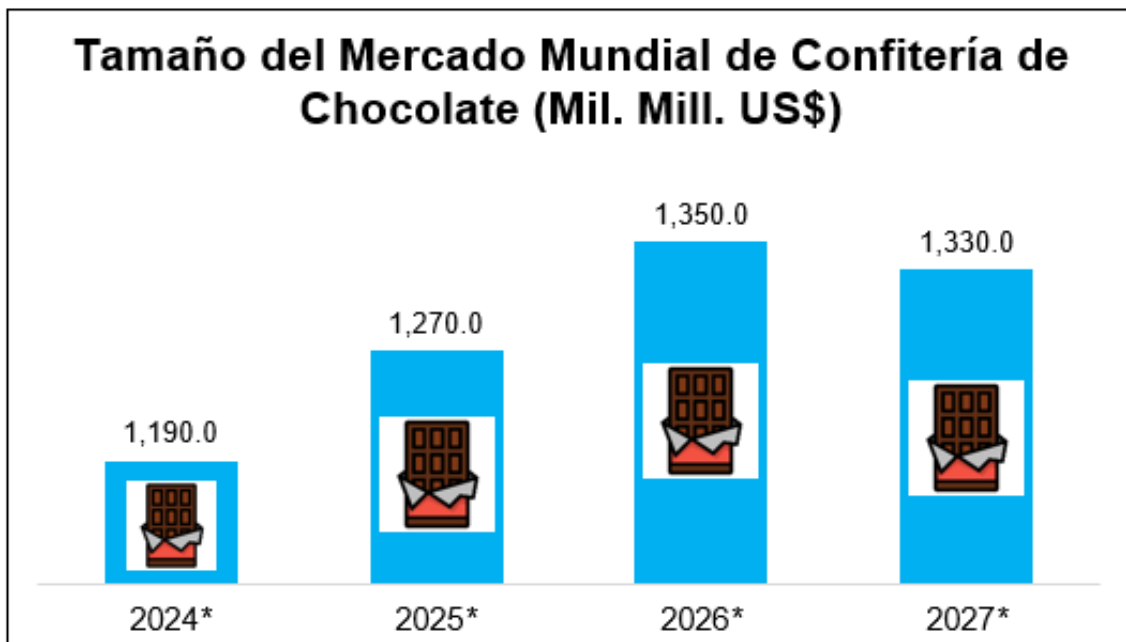
Asimismo, esta tendencia a base de plantas también contribuye al aumento de la oferta de productos que aportan fibras, como las barritas de verduras con chips de jackfruit.

5. Etiquetado

Como parte de la decisión de consumo, los compradores examinan las etiquetas para obtener más información y establecer un nexo de confianza con los productos. Generalmente, los consumidores quieren encontrar ingredientes que conocen y en los que confían. En particular, etiquetados como "libre de colores sintéticos" o que no mencionen que "contiene colorantes no recomendados para niños" son importantes para la decisión. Esta tendencia ha originado que los fabricantes, por ejemplo, sustituyan el ingrediente "Rojo 40"⁽¹⁾ por extracto de paprika.

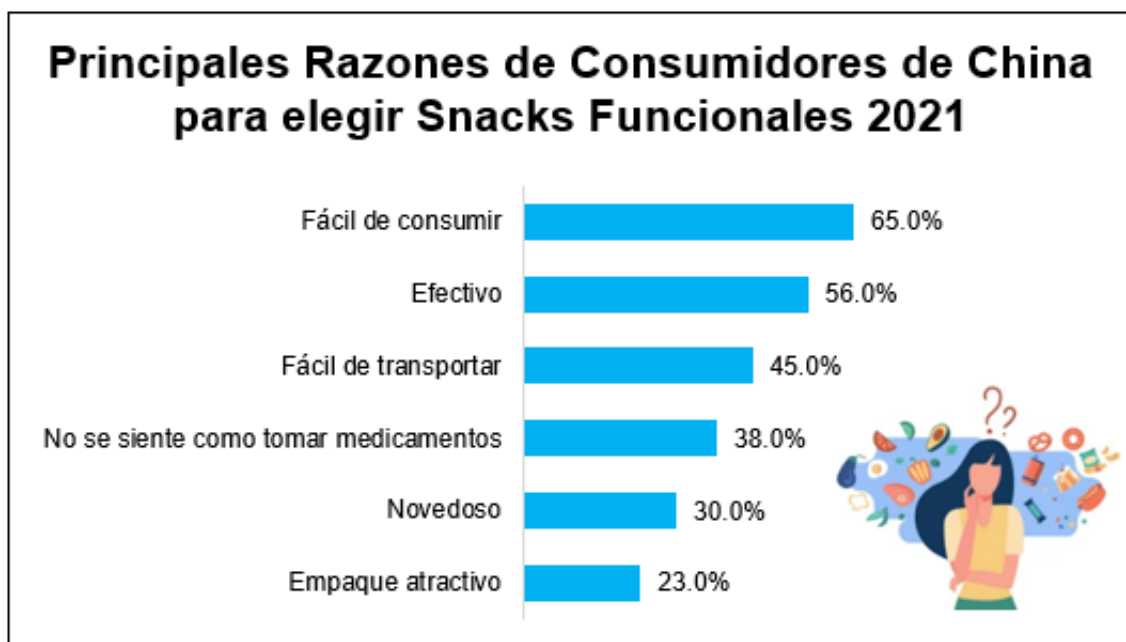
(1) El rojo 40 es un colorante que se utiliza en la elaboración de alimentos procesados, sin embargo, se encuentra asociado con hiperactividad y déficit de atención infantil.

Tamaño del Mercado Mundial de Confeitería de Chocolate (Mil. Mill. US\$)



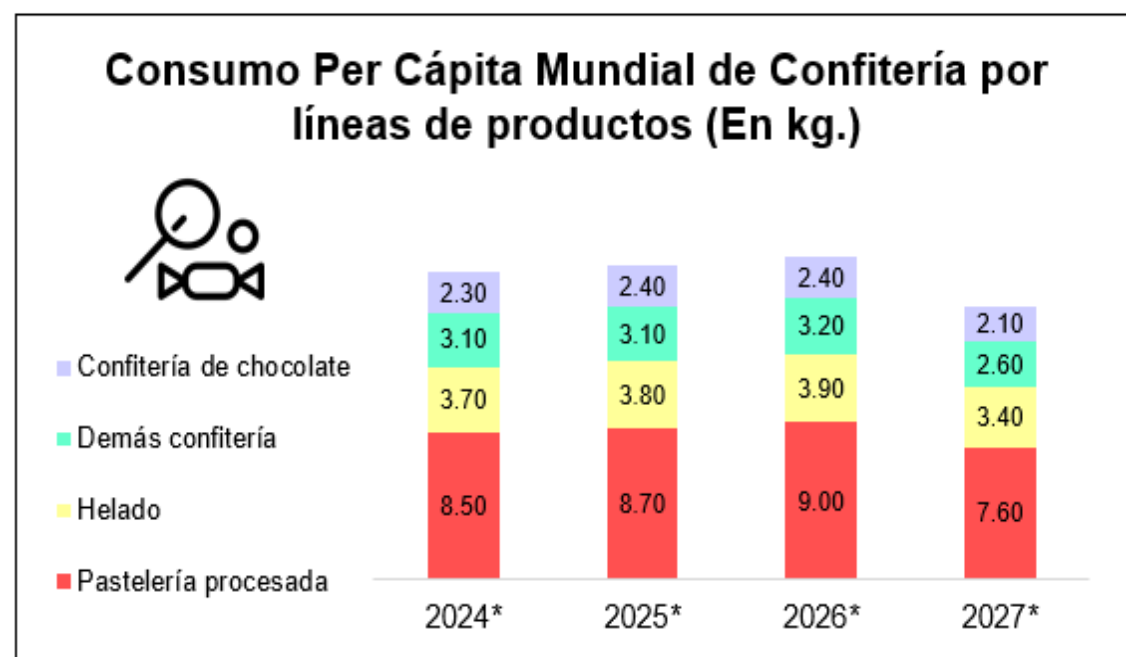
Fuente: Statista

Principales Razones de Consumidores de China para elegir Snacks Funcionales 2021



Encuesta realizada a 1,289 personas en China
Fuente: Statista / CBNDData / Tmall / Eastmoney.com

Consumo Per Cápita Mundial de Confeitería por líneas de productos (En kg.)



Fuente: Statista

Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.
*Estimaciones.

De igual manera, los consumidores buscan a menudo palabras como "orgánico", "natural", "sin conservantes", "sin aditivos", "sin OGM", "sin azúcar añadido".

6. Chocolate

En el caso específico del chocolate, las empresas apuestan por aspectos como el comercio justo, los productos veganos, el chocolate orgánico, el bajo contenido en azúcar, bajos en grasa, con altos porcentajes de cacao, ingredientes funcionales, sabores inusuales, frutas tropicales, rellenos de sabor y sabores exóticos, entre otros.

7. Alimentos Funcionales⁽²⁾

Los snacks están desdibujando la categoría de vitaminas y suplementos dietéticos al ofrecer productos con beneficios funcionales para el cuerpo y la mente. Por ejemplo, la capacidad de estos productos de ser sustitutos del café y de las bebidas energéticas muestra un potencial a largo plazo, debido a que los snacks funcionales pueden estimular la energía y el cerebro.

Otros ejemplos de productos funcionales destacados en la actualidad son los chicles de frutas a base de vitamina C y zinc, las galletas orgánicas que ayudan a la dentición de los niños pequeños, y los chips de proteína "Quevos", elaborados con claras de huevo, con alto contenido de fibra, y aptos para diabéticos.

Asimismo, los dulces y snacks sin gluten han ganado popularidad entre los consumidores tolerantes e intolerantes al gluten. Por ejemplo, los chips de proteína "Atkins" no contienen gluten y son bajos en carbohidratos.

8. Consumidores buscan asesoría

Los clientes recurren a aplicaciones e inteligencia artificial para obtener asesoramiento nutricional individualizado y comprender mejor cómo satisfacer sus demandas nutricionales.

9. Productos novedosos

La innovación a través de la utilización de nuevos sabores genera una significativa conexión con los consumidores más jóvenes. Estos buscan novedades a través de ingredientes auténticos, ricos en especias y condimentos, y ligeros en grasa, azúcar y sal.

Entre las principales novedades en términos de sabores se destacan el jengibre, el yuzu⁽³⁾, y el matcha que están en auge dentro de la producción de productos horneados dulces. Estos sabores exóticos permiten a los consumidores experimentar otras culturas o lugares.

Asimismo, se ofrecen combinaciones novedosas de productos a través de colaboraciones entre marcas que garantizan la calidad de los productos y generan emociones en sus seguidores. Por ejemplo, se produjeron obleas rellenas de Nutella, galletas Lucky Charms, entre otros.

Finalmente, crece la oferta de productos interactivos, que permiten la utilización en actividades lúdicas y aumenta su interacción con las redes sociales.

(2) Alimento funcional: todo alimento que, además de su valor nutritivo, aporta algún efecto añadido y beneficioso para la salud que va más allá de la estricta nutrición y que puede ser preventivo o terapéutico.

(3) El yuzu es un cítrico japonés considerado un super alimento.



adt ADEX Data Trade

Sistema de Inteligencia Comercial de ADEX

¡Haz crecer tus exportaciones con los expertos!

Más información AQUÍ

