



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



“Fortaleciendo la cadena del mango peruano: Tendencias de mercado y desarrollo de proveedores”

Eco. Marco Umpire López
Coordinador de sedes

Octubre 2025

luisllanos@agromercado.gob.pe. Teléfono:
952-366864

AGENDA

1. Agromercado
2. Mango “ready to eat”: Demanda y estrategias de posicionamiento
3. Agromercado - El desafío actual
4. Programa de Desarrollo de Proveedores – PDP
5. Funciones claves de Agromercado





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

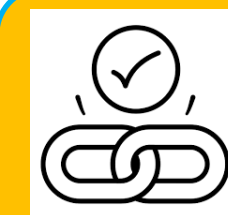


1

AGROMERCADO

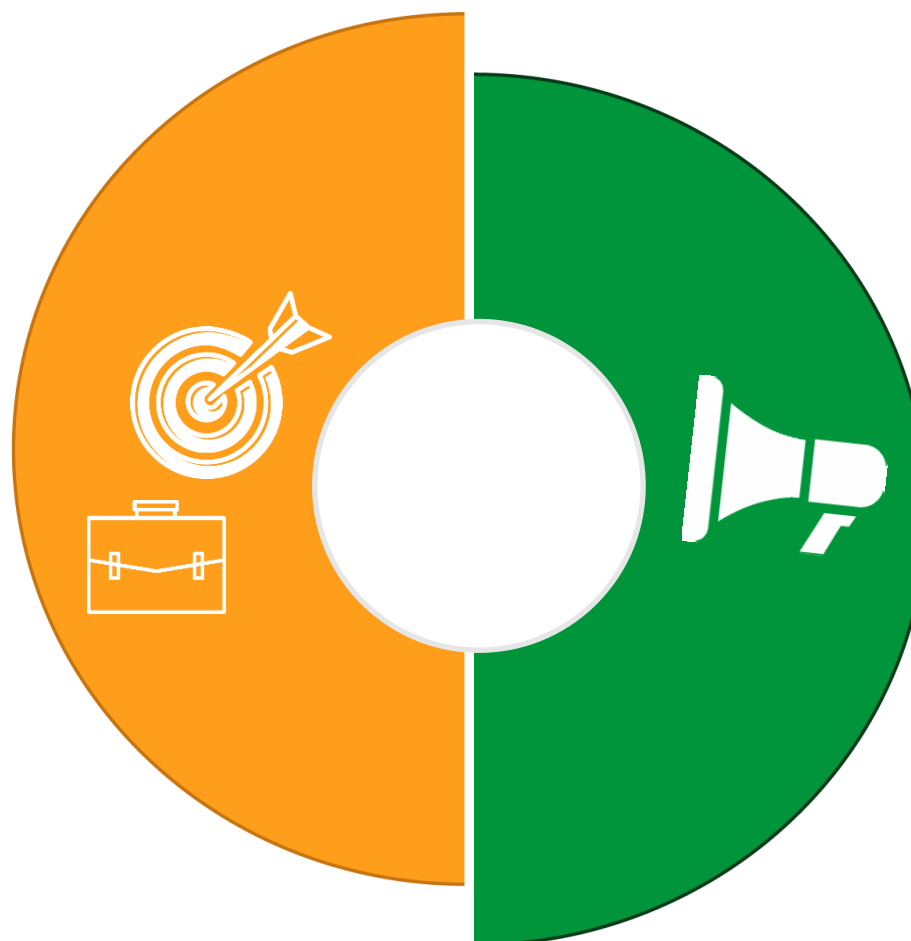


**“Agente
Comercial
del pequeño y mediano
productor”**



**“Primer eslabón de
soporte para acceso al
mercado”**

Orientación
comercial



Promoción del
Consumo
interno



Actividades
Económicas



Agricultura



Ganadería



Reforestación



Agroforestería



Apicultura



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



2

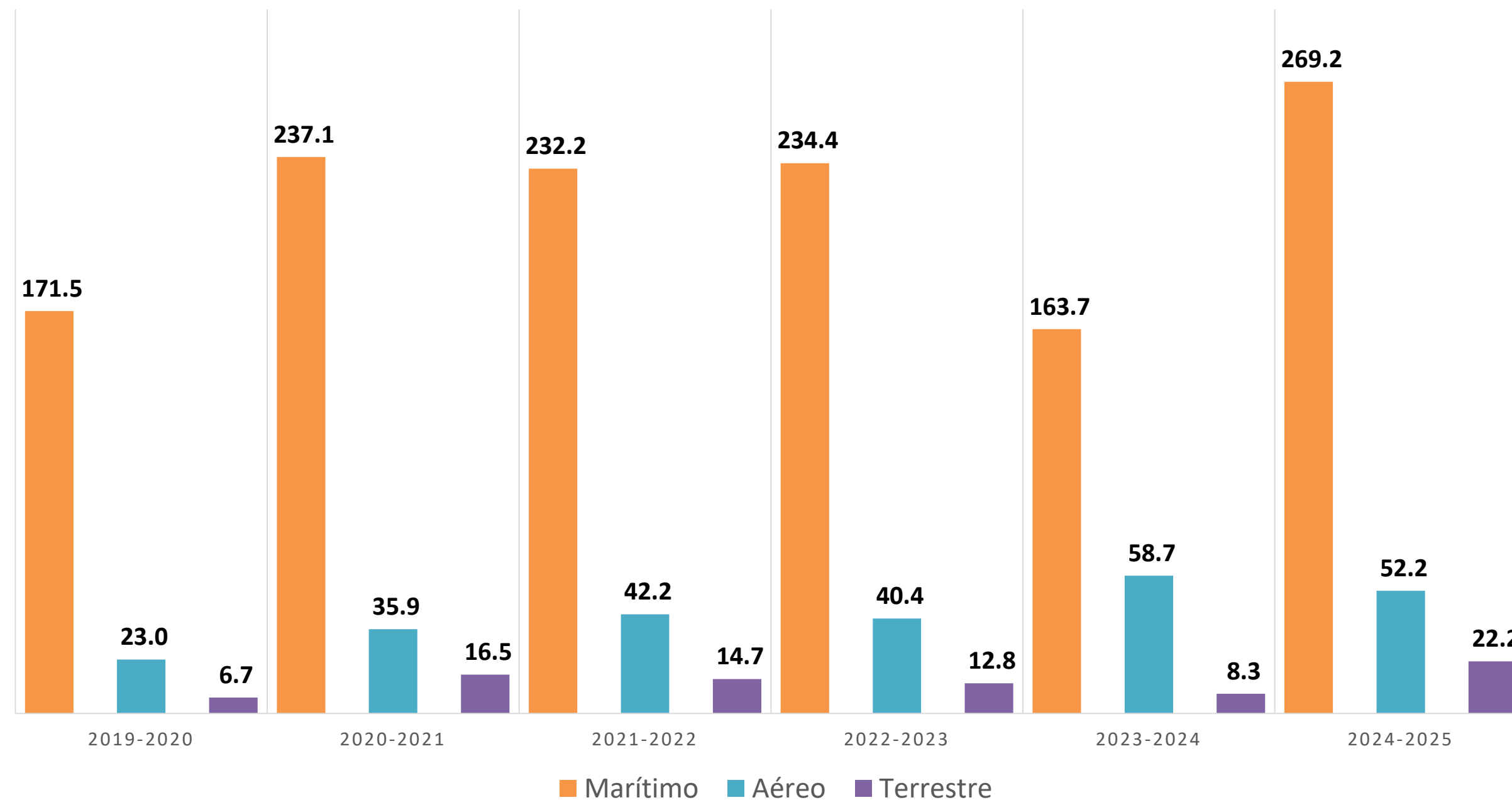
Mango “*ready to eat*”: Tendencias y oportunidades del envío aéreo”

Octubre 2025



2 Perú: Evolución de las exportaciones de mango fresco por vía

EXPORTACIONES DE MANGO FRESCO POR MEDIO DE TRANSPORTE
(VALOR FOB MILLONES US\$)



Crecimiento
promedio anual



9.4%



17.9%

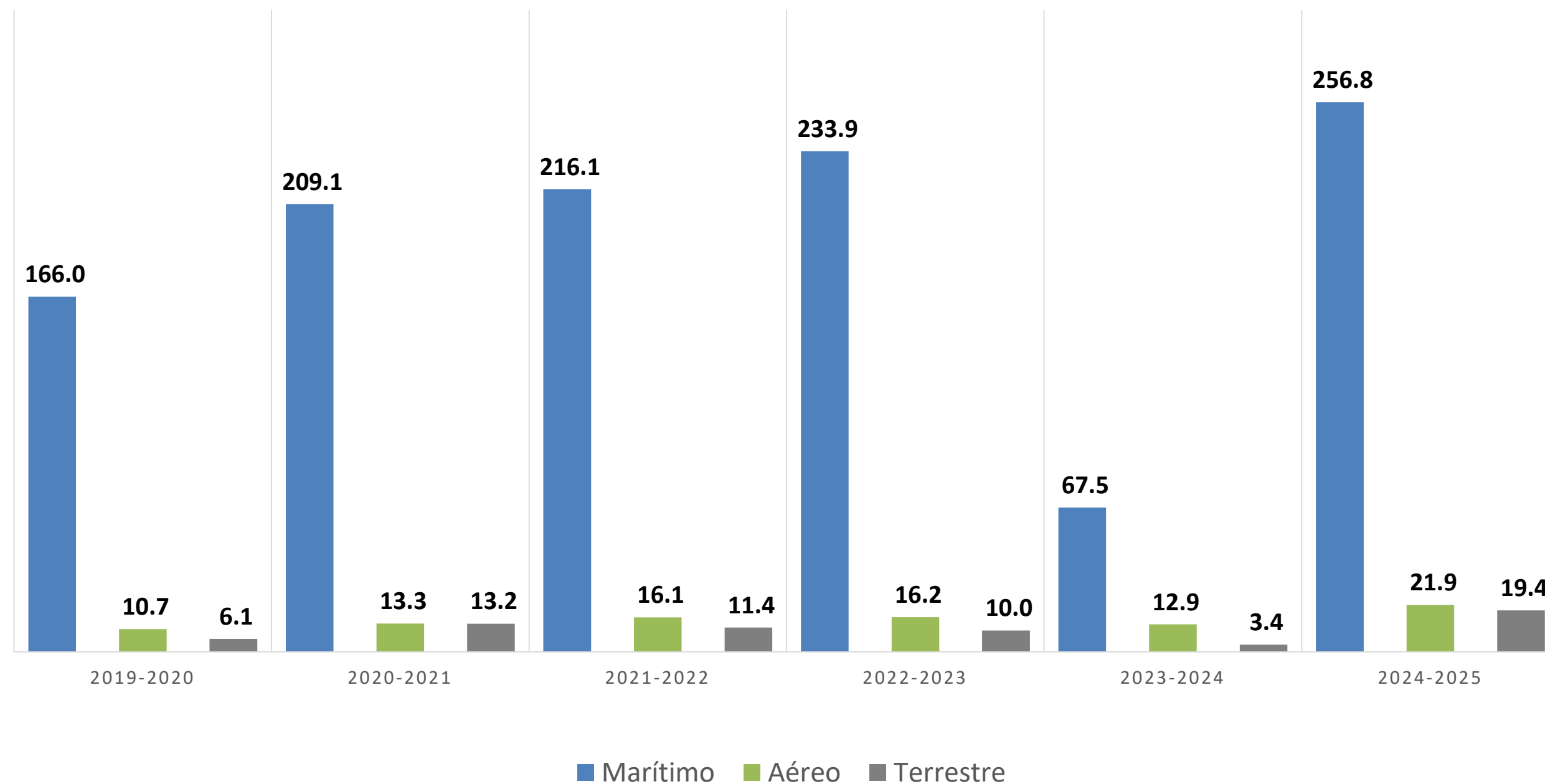


26.9%

- Las exportaciones de mango fresco crecieron en promedio **11.3%** en valor entre las campañas 2019-2020 y 2024-2025.
- El transporte marítimo sigue liderando las exportaciones, pero el **aéreo y el terrestre** evidencian una evolución más activa, con crecimientos hacia mercados premium (europeos y asiáticos) y naciones sudamericanas (Chile).

2 Perú: Evolución de las exportaciones de mango fresco por vía

EXPORTACIONES DE MANGO FRESCO POR MEDIO DE TRANSPORTE
(MILES DE TONELADAS)



Crecimiento promedio anual



9.1%



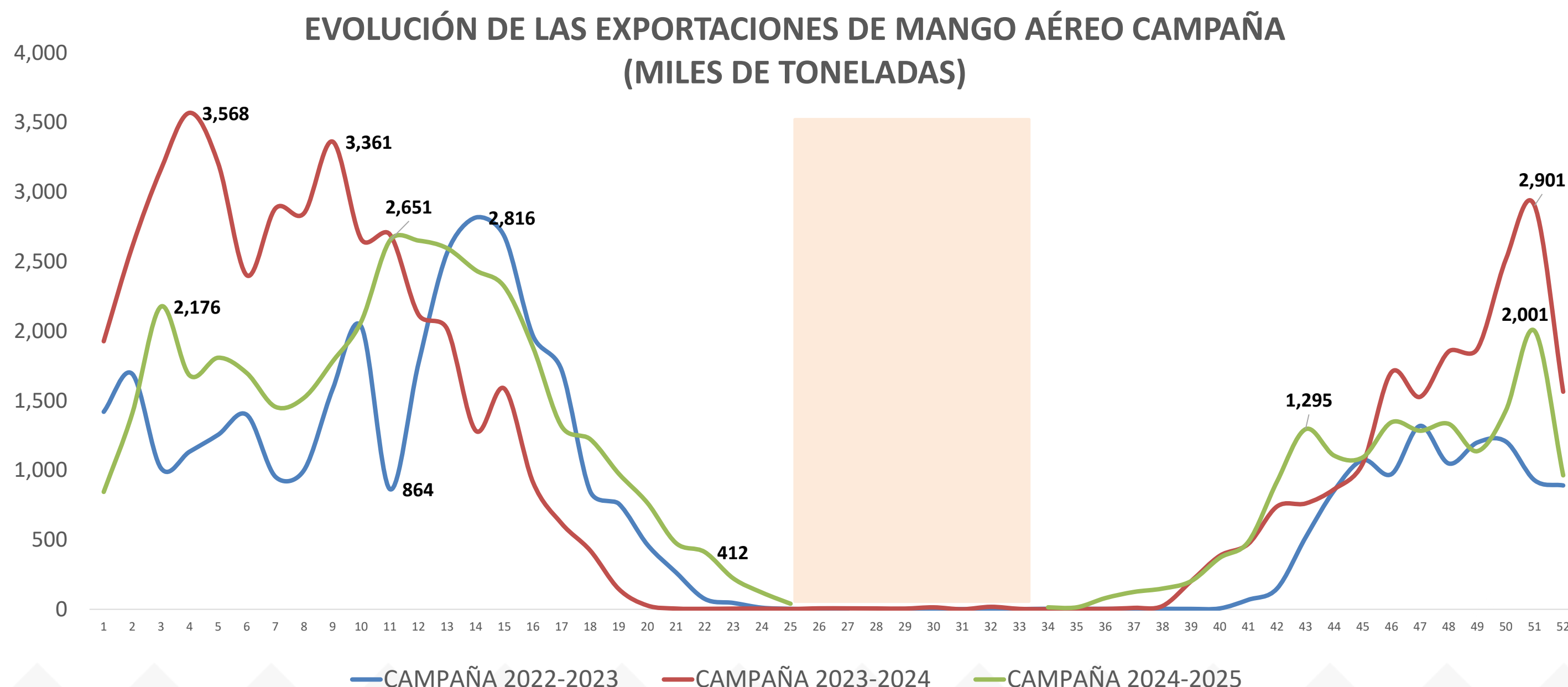
15.5%



26.1%

- Las exportaciones de mango fresco crecieron en promedio **10.3%** en volumen entre las campañas 2019-2020 y 2024-2025.
- En conjunto, refleja una cadena exportadora más diversificada y competitiva.

2 Crecimiento del mango aéreo



El crecimiento constante de las exportaciones de mango aéreo y la **previsión de una campaña 2024–2025 más prolongada** generan condiciones favorables para capturar ventanas de mercado estratégicas (semanas 25–33), a través de la optimización del manejo agronómico e inducción floral temprana, que permitan anticipar la cosecha y maximizar la rentabilidad exportadora.

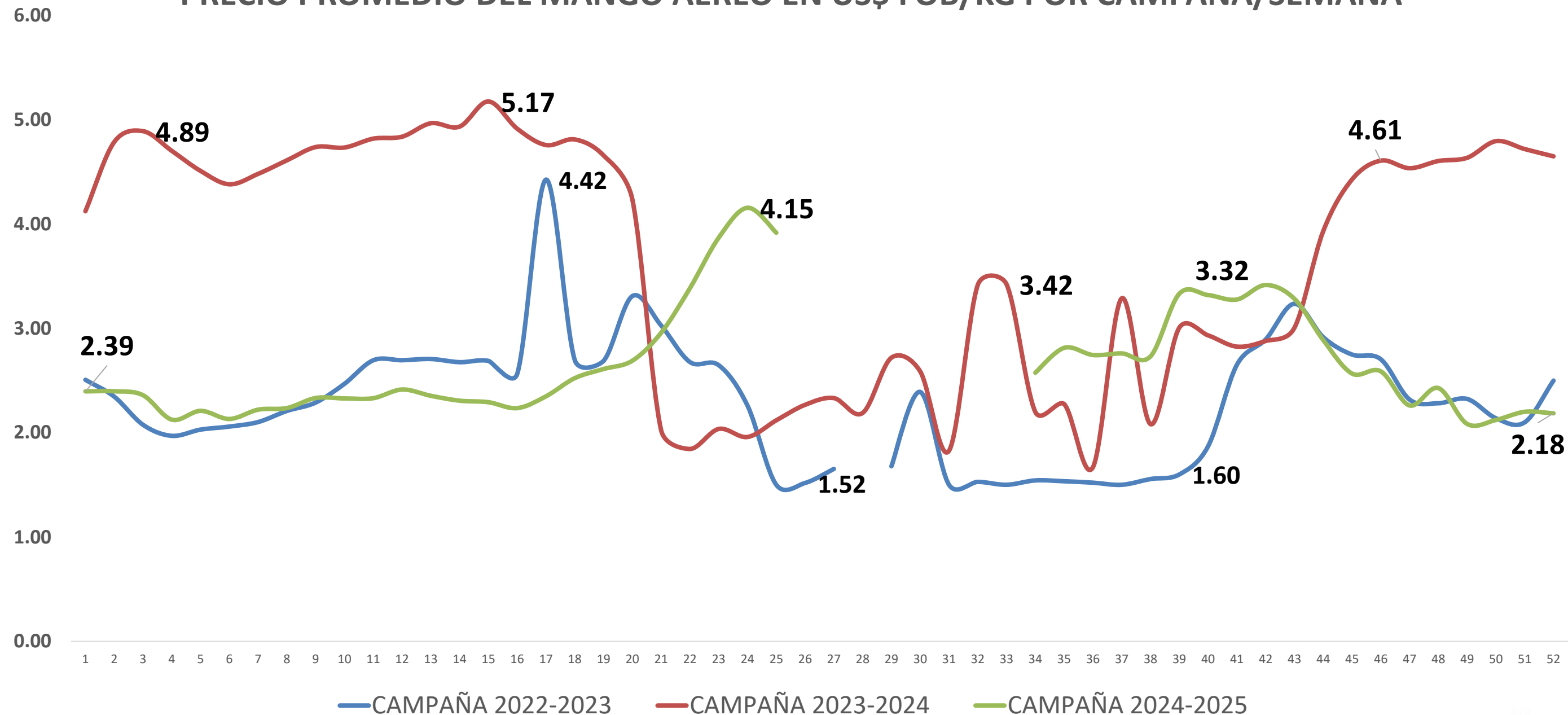
Se recomienda adelantar la **producción del mango Kent en las semanas de baja exportación.**



2 Evolución del mango aéreo por campaña /semanas



PRECIO PROMEDIO DEL MANGO AÉREO EN US\$ FOB/KG POR CAMPAÑA/SEMANA

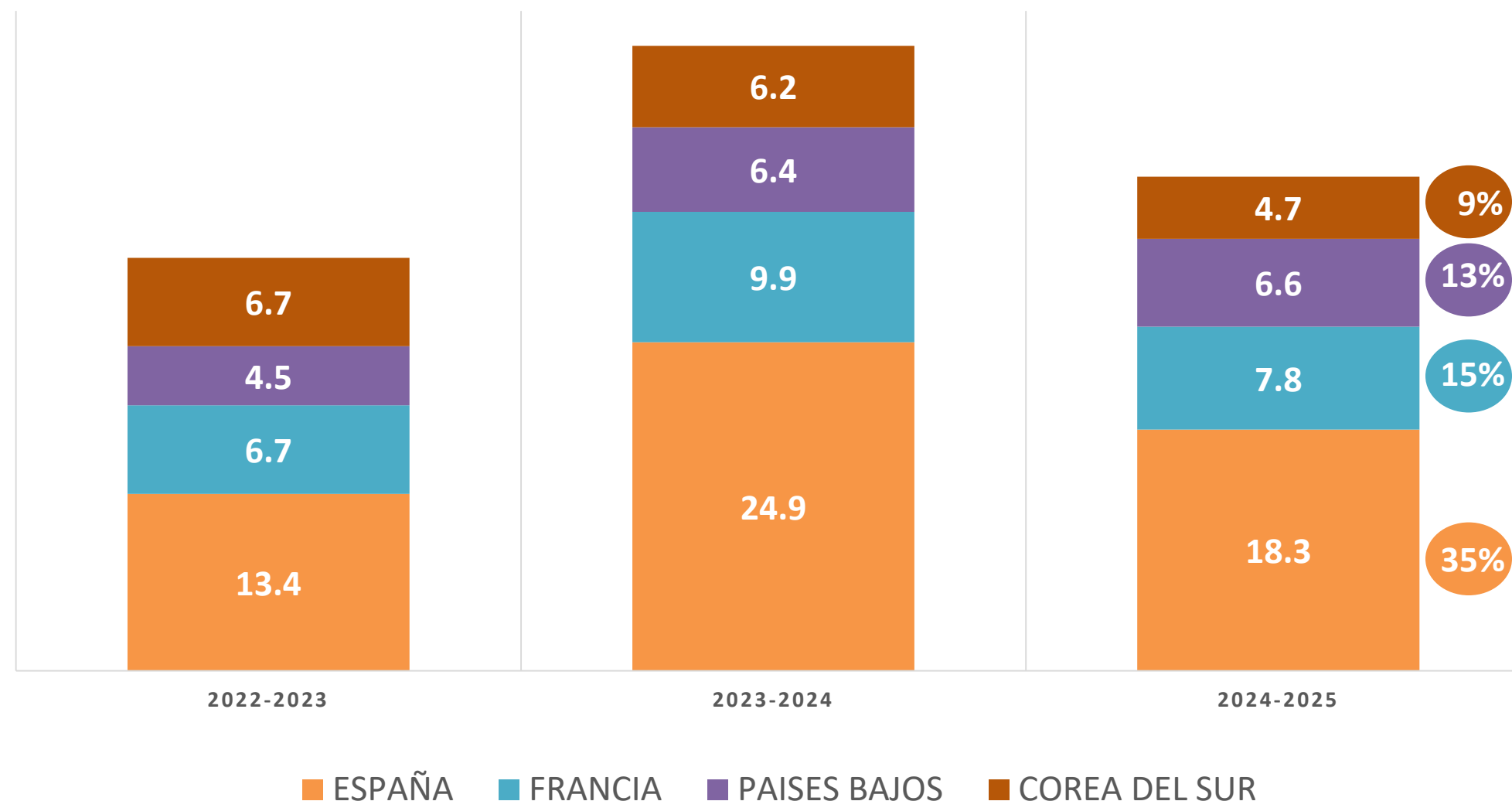


	CAMPAÑA 2022-2023	CAMPAÑA 2023-2024	CAMPAÑA 2024-2025
Precio promedio (US\$/Kg.)	2.49	4.54	2.39

Los precios promedio registraron una **recuperación durante la campaña 2023-2024**, impulsada por la reducción de la oferta (FEN, Fenómeno del Niño) internacional y la mayor demanda de fruta “*ready to eat*” en mercados premium. No obstante, en la **campaña 2024-2025** se evidencia una moderación de precios asociada al incremento del volumen exportable peruano.

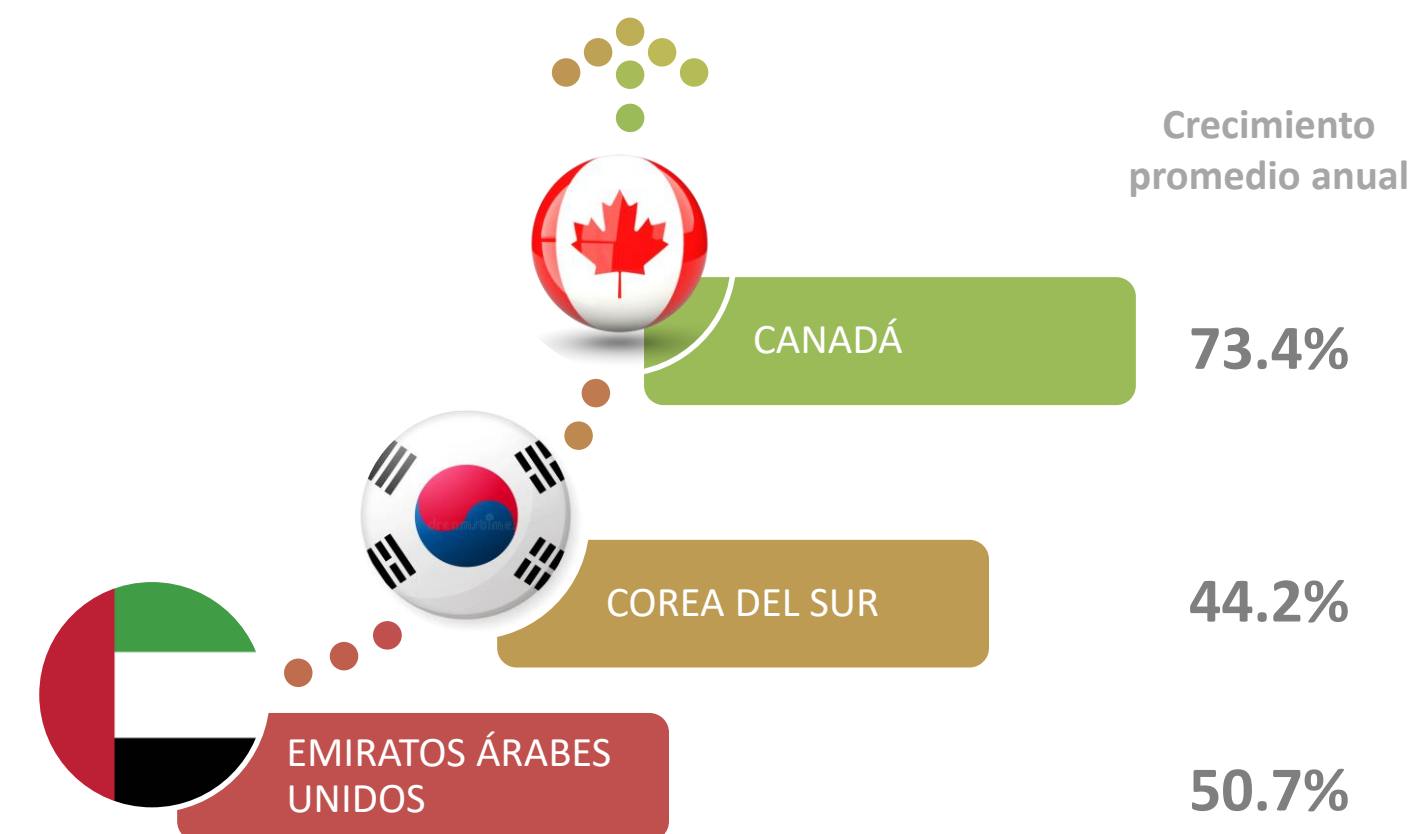
2 Evolución del mango aéreo por país de destino

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN DE MANGO FRESCO AÉREO
(VALOR FOB- MILLONES DE US\$)



Fuente: Adex Data Trade

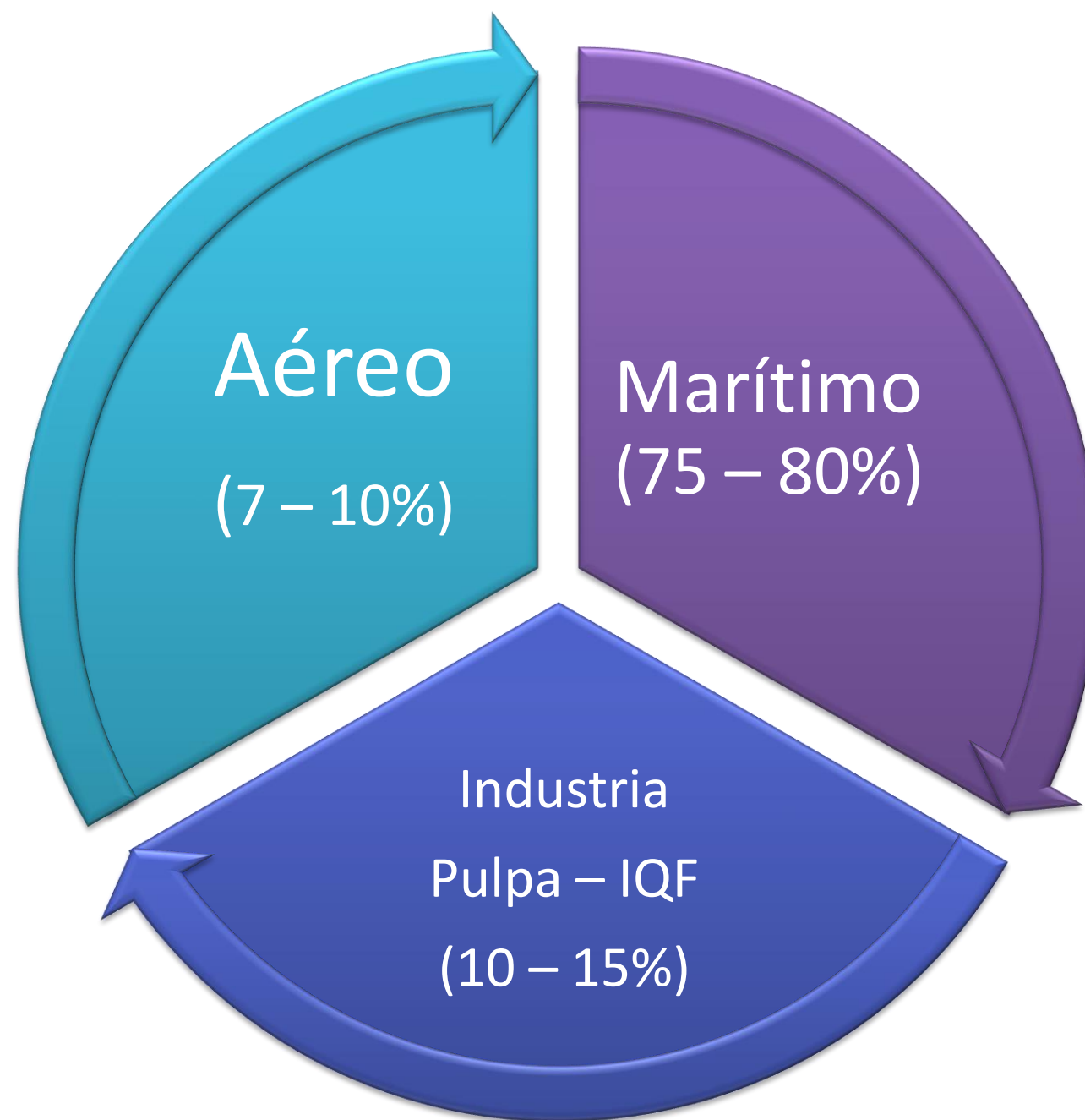
El mercado de exportación de mango aéreo ha experimentado una expansión vigorosa en términos de valor total (casi triplicando su valor desde la campaña 2019-2020 hasta el pico de la campaña 2023-2024), con una tasa de crecimiento promedio anual del **17.9%**. Sin embargo, la distribución es altamente concentrada, siendo **España líder indiscutible (más del 35% en participación a nivel total)**.



La estrategia de expansión futura debería enfocarse **en mantener la base en Europa Occidental y aprovechar el alto dinamismo y crecimiento rápido de mercados emergentes como Canadá, Corea del Sur, y Emiratos Árabes Unidos.**

2

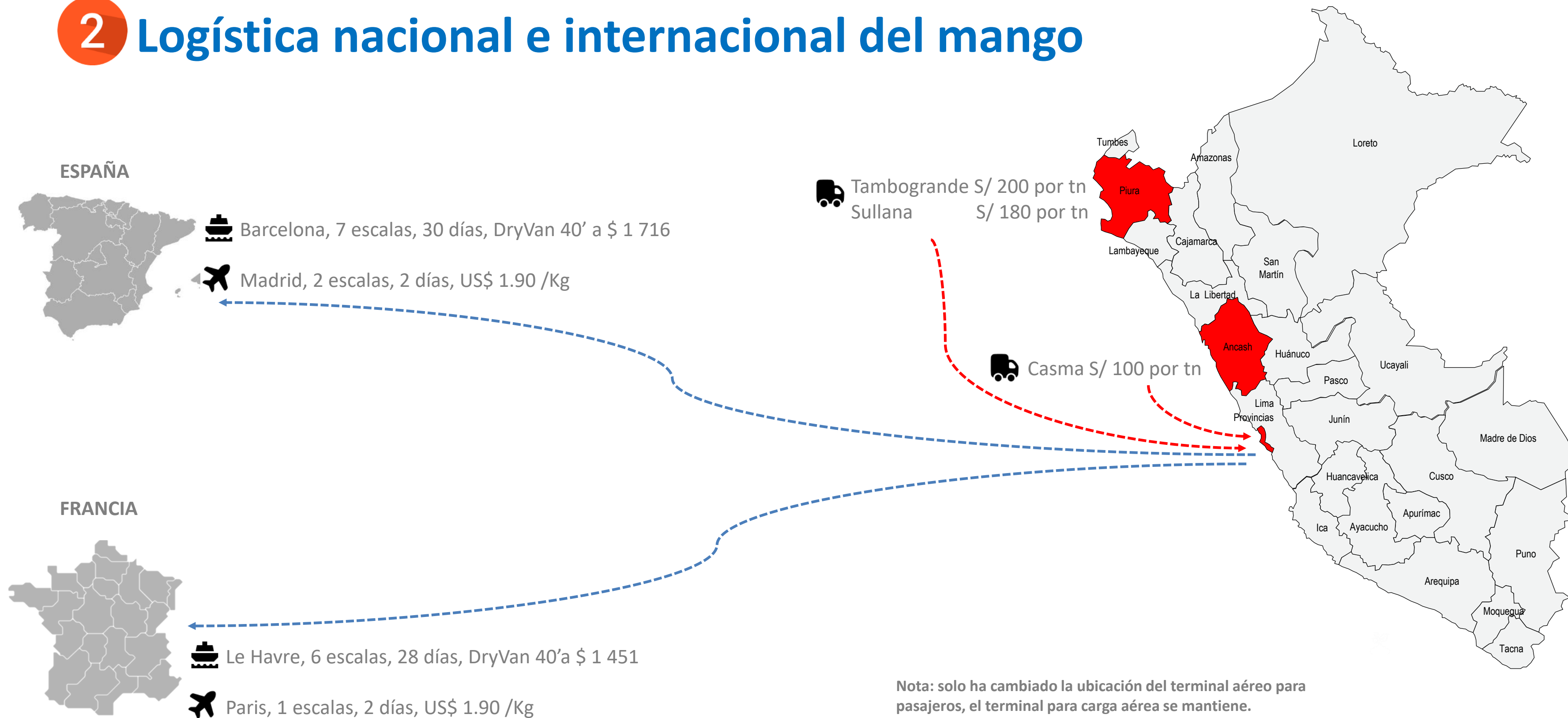
Destino de la producción de mango fresco



- **Aéreo:** Se reserva la mejor fruta, de calidad, de gran calibre, mejor chapa. Para mercados 'Premium-ready to eat' o especializados.
- **Industria:** Se destina a fruta de descarte o que no cumple los estándares estéticos para exportación fresca (ligeros defectos de forma, color o piel). se aprovecha para **pulpa, jugos o congelado individual (IQF)**.
- **Marítimo:** Fruta de buena calidad comercial y calibre estándar, que cumple con los requisitos de firmeza y color para viajes prolongados (20-25 días).



2 Logística nacional e internacional del mango





2 Mango aéreo - Contexto global: ¿Porqué cambió la ruta?

Puntos clave:



Congestión marítima global, costos de flete fluctuantes y mayores tiempos de tránsito (hasta +10 días en algunas rutas durante las campañas 2022–2024).



La demanda internacional de fruta *'ready to eat'* creció más del 30 % en el segmento premium europeo (Ej. Supermercados Tesco, Marks & Spencer, Whole Foods). (Mordor Intelligence)



Los compradores priorizan **madurez controlada, trazabilidad, presentación, aroma y sabor.**





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



2 Análisis FODA Mango Aéreo



Fortaleza

- **Transporte rápido** (1–3 días), ideal para frutas con mayor madurez y dulzor (más grados Brix).
- Ofrece **mayor dulzura, aroma y color natural** gracias a su madurez óptima y rápida llegada al mercado, destacando por su sabor superior y apariencia premium.
- **Permite responder rápidamente a la demanda de mercados de alta rotación** (nicho gourmet, supermercados premium, promociones estacionales).



Debilidades

- **Costo logístico muy alto** (2–3 €/kg; aprox. 8 € por caja).
- **Vida útil corta** (5–10 días).
- **Exige venta inmediata y coordinación perfecta en destino.**
- **Limitado a pequeños volúmenes y nichos de mercado.**
- **Kent, variedad más susceptible a la temperatura para la floración**



Oportunidades

- **Aceptación por la variedad Kent**, por pulpa naranja, baja en fibra, de alta coloración en chapa externa (piel roja).
- **Ampliación de la campaña exportadora** mediante manejo agronómico de inducción floral.
- **Posicionamiento en mercados gourmet y de alta gama** (por sabor y frescura).
- **Optimización logística** mediante alianzas con aerolíneas y empresas tractoras para reducir costos.
- **Comercialización en fechas de alta demanda** (Navidad, Año Nuevo, San Valentín)



Amenazas

- **Volatilidad** de la demanda por alto precio.
- **Espacio limitado en carga aérea y competencia con otros productos perecibles.**
- **Restricciones ambientales** (huella de carbono elevada).
- **Riesgo financiero** si el producto no se vende rápidamente.
- **Exportadores “Golondrinos”**, sin compromiso a largo plazo con el mercado.
- **Alternancia** de dos años buenos y 1 malo por temas climáticos y de cultivo.
- **Práctica desleal** de competidores al simular flete aéreo para justificar precios premium.





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



3 Agromercado - El desafío actual

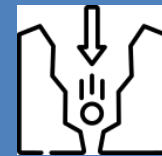
Calidad, Formalidad y Sostenibilidad: El Reto de Integrar Productores con el mercado



Agricultor

97% son pequeños y medianos productores

(70% de los alimentos que consumen todos los peruanos provienen de la AF)



Brecha

Débil integración comercial y persistencia de brechas en calidad y formalización



Mercado nacional e internacional

Necesidad de oferta confiable y cumplimiento de normas/requerimientos técnico-comerciales



Agricultura de Subsistencia (AFS) concentra el 87.8% de productores agrarios, que se encuentran principalmente en la Sierra y Selva del país – Política Nacional Agraria 2021

4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

Conexión productores con empresas tractoras para asegurar producción y calidad constante

- Integra a **pequeños y medianos productores con empresas tractoras**, asegurando suministro continuo y de calidad para los mercados finales.
- A través de **herramientas financieras, tecnológicas y de gestión**, fortalece sus competencias para **convertirlos en proveedores competitivos de productos de mayor valor**.



4

“Programa de Desarrollo de Proveedores”
 (PDP)



Impacto para productores	Impacto para la industria
Acceso: Mercado de producto, insumos y crédito	Abastecimiento de materia prima en tiempo, volumen y calidad definida.
Incremento en la producción y mejoramiento en calidad	Trazabilidad
Asistencia técnica ligada al mercado	Atención a los requerimientos del mercado
Integración de las cadenas de valor, fortalecimiento de la agricultura por contrato, asistencia técnica aplicada, crédito supervisado	



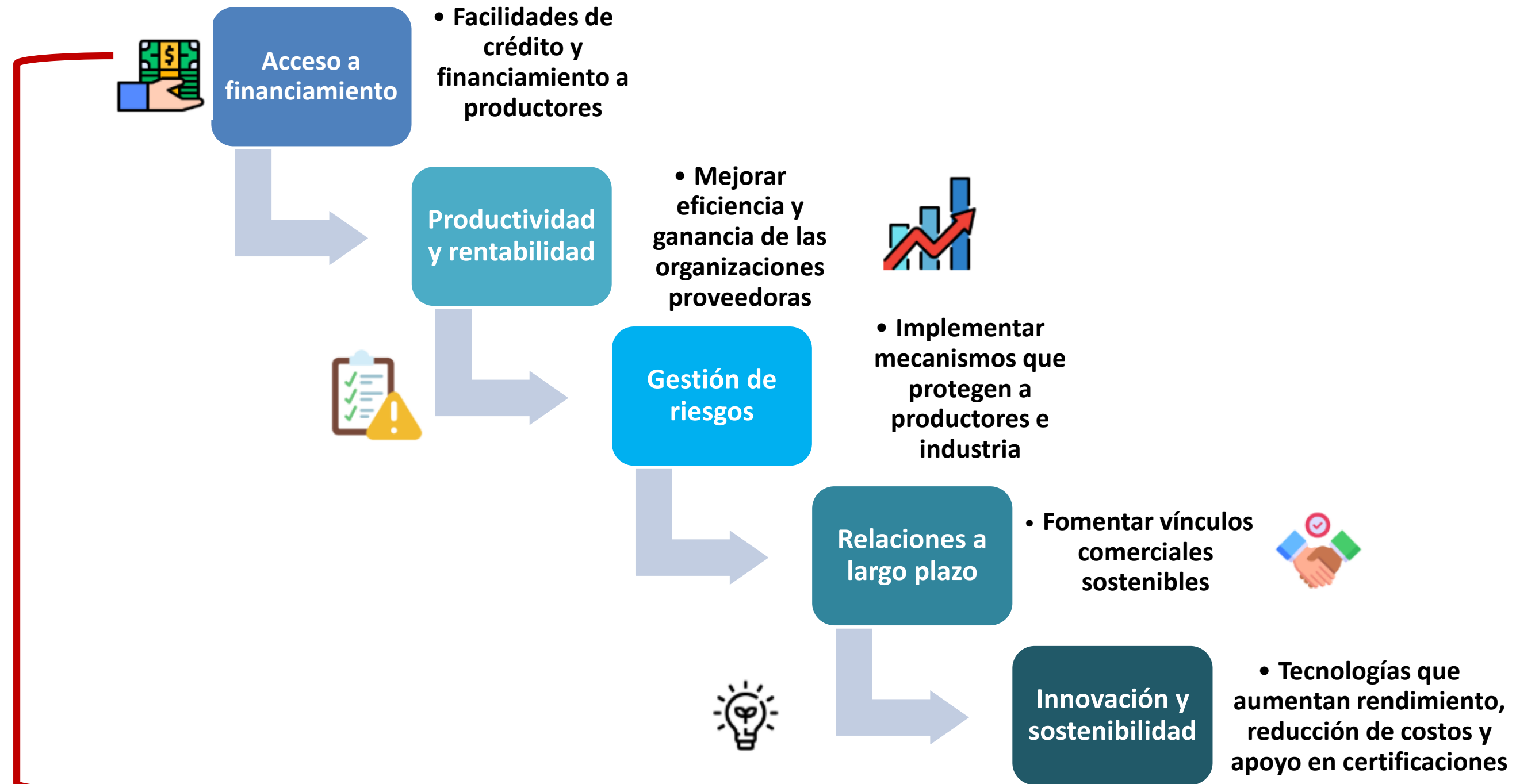
PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

Beneficios





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



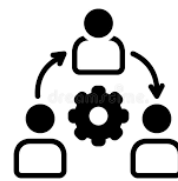
4 “Operación Conjunta”

Concepto



- Es el marco legal y tributario que se da para el funcionamiento de lo ‘Consortios’

Consortio



- Dos o más empresas se juntan para que a través de un ‘operador’ exportar su producto.

Beneficios



- La organización productora se integra a la cadena exportadora y accede a beneficios tributarios sin ser exportadora directa.
- Beneficios: **Recuperación del IGV y acceso al drawback.**
- Se genera economía de escala al operar con un exportador u operador especializado.
- El drawback asignado se considera subsidio no sujeto a impuesto a la renta.

4

“Operación Conjunta”



OP. CONJUNTA	OP. TRADICIONAL
• Venta de exportación	• Venta local
• Economía de escala	• Economías individuales
• Retorno a la liquidación de la expo	• Retorno en campo o pasado faja
• Beneficios tributarios (recuperación IGV y solicitud del DrawBack)	• No hay beneficios tributarios, IGV va al costo
• Mejorar oferta exportable	• Solo oferta lo que produce

4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

ProPALTA: De pequeños productores a exportadores globales

- Primera exportación directa de 21 toneladas de palta Hass, en dos envíos, desde Ayacucho a España, en consorcio con FRUCHINCHA (Operación conjunta)
- **Beneficiarios:** 103 productores del Valle de Torobamba – San Miguel – Ayacucho.
- **ProPALTA** fortalece capacidades en producción, postcosecha, certificaciones y acceso a mercados.
- Obtención de la **Certificación GLOBAL GAP**





4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

MIDAGRI y sector privado impulsan primera siembra comercial de papa nativa en Áncash con mercado asegurado

- **Inka Crops S.A.** entregó **4 toneladas de semilla de papa nativa** a comunidades campesinas de Áncash, garantizando además la compra de la cosecha y asegurando mercado para los productores.
- Iniciativa respaldada por **Antamina** y ejecutada en la **Comunidad Campesina Santa Cruz de Pichiu**.
- Esta primera experiencia de siembra comercial de papas nativas en la región busca integrar progresivamente a los productores altoandinos en cadenas de valor nacionales e internacionales.





4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

Papa blanca (capiro) Huánuco: De la chacra al snack industrial

- **Nueve asociaciones de pequeños productores de Huánuco** abastecerán **2,975 toneladas de papa capiro a Inka Crops** entre diciembre de 2025 y abril de 2026, **por un valor de S/ 5,021,800, beneficiando a más de 900 familias.**
- Con una **superficie cultivada de 183 hectáreas y rendimientos promedio de 18 t/ha**, los productores han sido fortalecidos por Agromercado en formalización, gestión empresarial y negociación directa con la industria..





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)



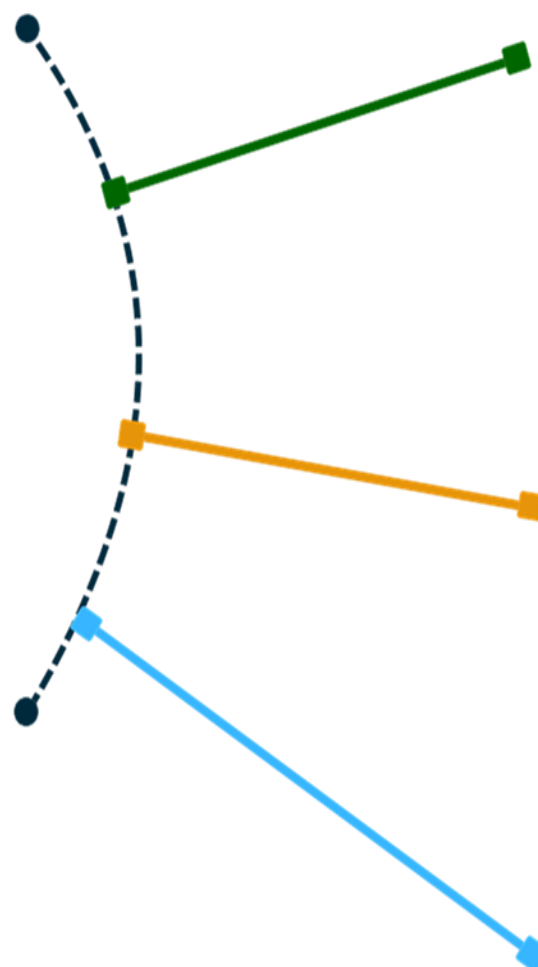
**Cooperativa Agraria Sierra
Central y Patalá – Pucará -
Huancayo**



**Asociación de Productores
Agropecuarios San Antonio -
Heroínas Toledo - Concepción**



**Cooperativa Agraria Apezaj –
Pucará - Huancayo**



EXPERIENCIAS DE ÉXITO - CADENA PRODUCTIVA DE PAPA NATIVA - JUNIN





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



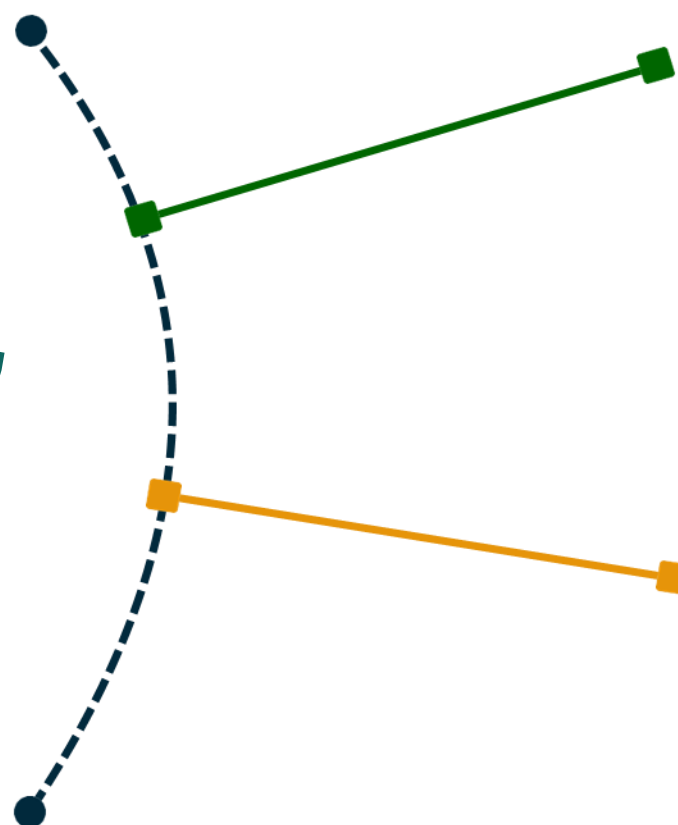
4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)



**Asociación de Productores
Agropecuarios Campiruchari
– Mazamari - Satipo**



**Cooperativa Agraria
Valle Verde Selva
Central – Perené -
Chanchamayo**



4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)

8 variedades de papa : Papa cocktail Yungay, Canchán, Peruanita, Camotillo, papa nativa (Sumaq Soncco, Huayro Macho, Cacho de Toro, Cceccorani, papa amarilla



**Cooperativa Agraria
Ranchopampa de Patalá –
Pucará - Huancayo**

**Coop. Sierra Central – Pucará
- Huancayo**





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



4 “Programa de Desarrollo de Proveedores” (PDP)



- Comunidad campesina
Acopalca, Patalá -
Huancayo



Asociación de Productores
de Ayllu Cushisha Pucará
– Huancayo (En proceso)

Lopesa

De la naturaleza a su mesa



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



EXPERIENCIAS DE ÉXITO - PRODUCTOS VARIOS - JUNIN





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



5 Funciones claves de Agromercado: PAC y PDP

Estrategias para conectar productores con mercados de manera efectiva



Inteligencia comercial

Proporcionando datos claves para decisiones estratégicas

Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM)



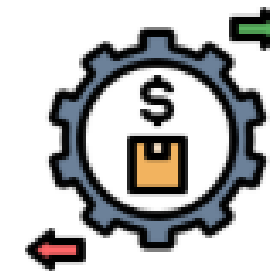
Calidad e inocuidad

De productos agrícolas, clave para acceder a mercados/canales de venta exigentes

Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)



Capacitación en estándares y certificaciones de calidad



Promover **oportunidades comerciales** y mecanismos de promoción comercial (ruedas de negocio), impulsando la visibilidad de productos agrícolas

Dirección de Promoción y Articulación Comercial (DPAC)



Articulación comercial

Facilitando la conexión entre productores y compradores



Gracias

mumpire@agromercado.gob.pe

Teléfono: 982-496458



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego