



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



SITUACIÓN DEL MERCADO DE LÁCTEOS Y CARNES, SERVICIOS DE APOYO Y PERSPECTIVAS

JORGE FIDEL CASTRO TRKOVIC

Director de la Dirección de Oportunidades de
Mercado

29 de octubre de 2025

AGENDA

1. Agromercado
2. Cadena Productiva de Lácteos
3. Cadena Productiva de Carne Vacuna





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



AGROMERCADO

Brazo Comercial del Ministerio
de Desarrollo Agrario y Riego



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Mapa de intervención



Sedes desconcentradas: 20
Sede central: 01

03 OFICINAS DE COORDINACIÓN:

- ✓ Alto Amazonas (Loreto)
- ✓ VRAEM
- ✓ Quillabamba (Cusco)



TUMBES

LIMA PROVINCIAS

ICA

TACNA

Sedes desconcentradas: 24
Sede central: 01

12 OFICINAS DE ENLACE

- ✓ Jaén (Cajamarca)
- ✓ Alto Amazonas (Loreto)
- ✓ Chimbote (Ancash)
- ✓ Cañete (Lima)
- ✓ Huaytará (Huancavelica)
- ✓ Tingo María (Huánuco)
- ✓ Paucar de sara (Ayacucho)
- ✓ VRAEM
- ✓ Satipo (Junín)
- ✓ Quillabamba (Cusco)
- ✓ Andahuaylas (Apurímac)
- ✓ Oxapampa (Pasco)

Servicios Brindados



1. Desarrollo de Capacidades

- Gestión empresarial
- Gestión comercial
- Tendencias del mercado
- Oportunidades comerciales



2. Asesoría Técnica

- Postcosecha
- Desarrollo de productos
- Exportación
- Certificaciones

PACs



3. Promoción y Articulación comercial

- Ferias Nac. e Inter.
- Ruedas de negocios
- Misiones inversas
- Pasantías
- Concursos y campañas de promoción

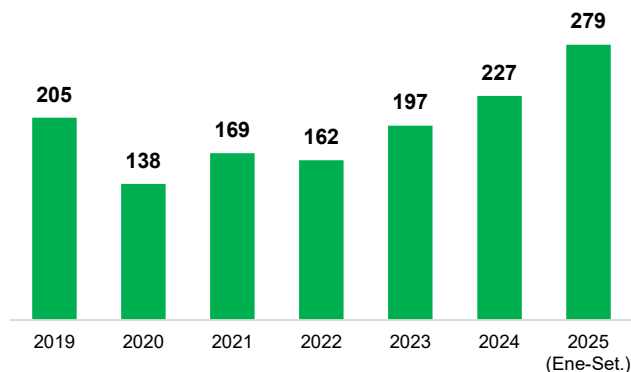


4. Inteligencia Comercial

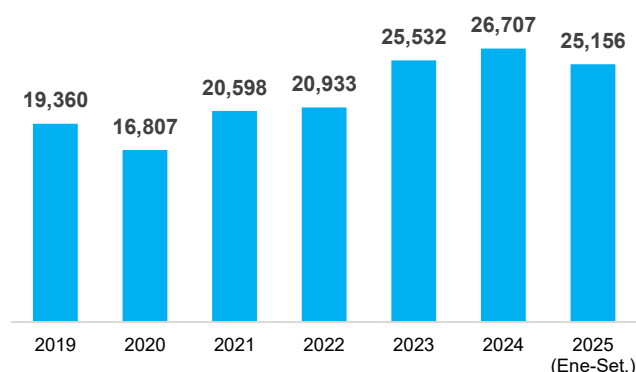
- Reportes estadísticos
- Estudios de mercado
- Fichas de producto
- Fichas regionales
- Estadísticas de agroexportación.

AGROMERCADO: Intervención 2019 – 2025 (*)

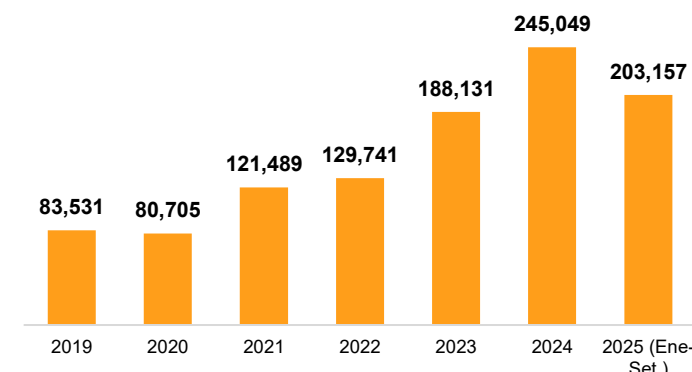
Número de PACs



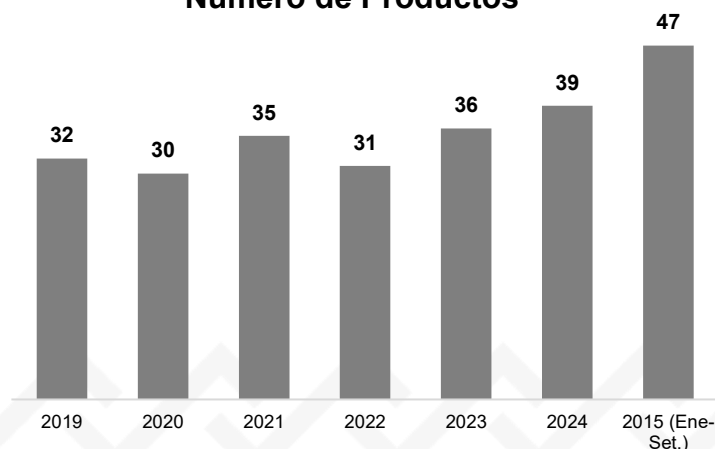
No. Productores intervenidos mediante PACs



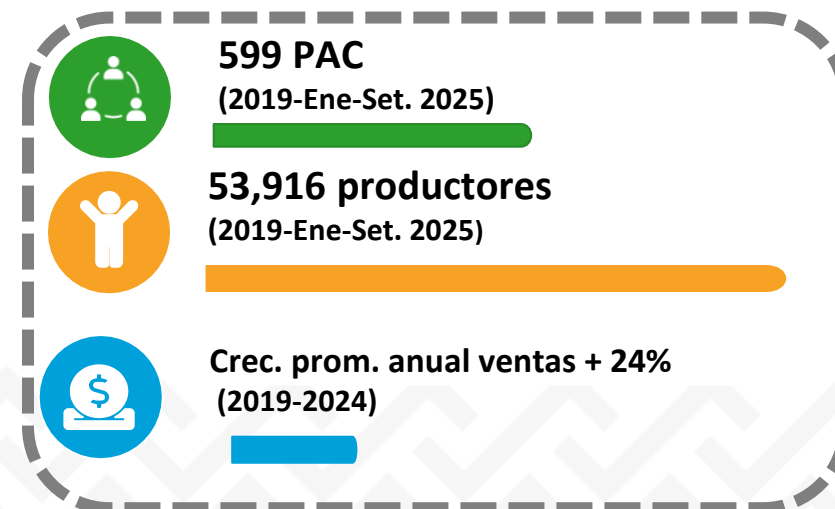
Ventas en millones de soles



Número de Productos



- Cacao (97 PAC, 16.2 %)
- Café (80 PAC, 13.4 %)
- Derivados lácteos (56 PAC, 9.3 %)
- Palta (49 PAC, 8.2 %)
- Fibra de Alpaca (43 PAC, 7.2 %)
- Quinoa y otros granos (38 PAC, 6.3 %)
- Papa (28 PAC, 4.7 %)
- Cuy (27 PAC, 4.5 %)
- Maíz (17 PAC, 2.8 %)
- Otros productos (164 PAC, 27.4 %)



(*) A Setiembre 2025



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Panorama de la Cadena Productiva

Lácteos

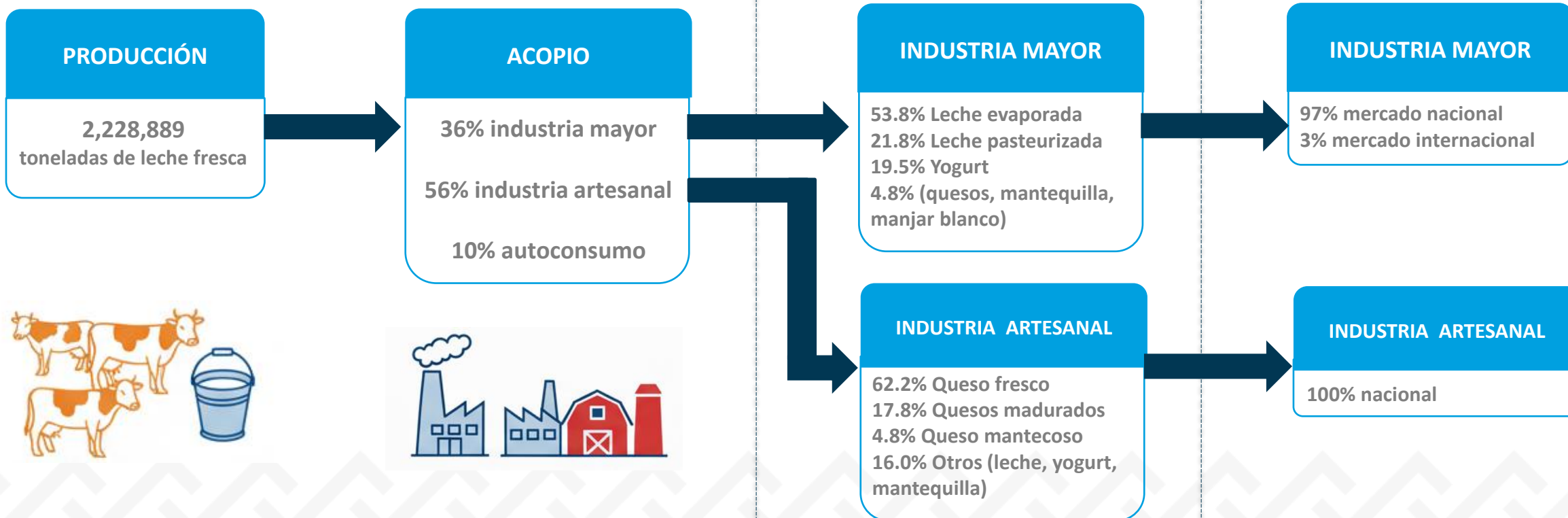


Cadena de Valor de Leche de Vaca - 2024

SECTOR PRIMARIO

SECTOR INDUSTRIA

SECTOR COMERCIO



Razas de Vacas Lecheras



HOLSTEIN

Peso: hasta 630 kg

Leche: baja en sólidos (proteínas y grasa)

Adaptación: climas templados y altitudes intermedias



BROWN SWISS

Peso: hasta 630 kg

Leche: buena cantidad de sólidos, especialmente grasas y proteínas

Adaptación: resistente a la altura y al calor



JERSEY

Peso: 360-450 kg

Leche: Alto niveles de proteínas y grasas,

Adaptación: Climas cálidos y secos



SIMMENTAL

Peso: 1,100 – 1,200 kg

Leche: promedio de grasa de 4% y proteínas de 3%

Adaptación: Capacidad de adaptación a climas extremos

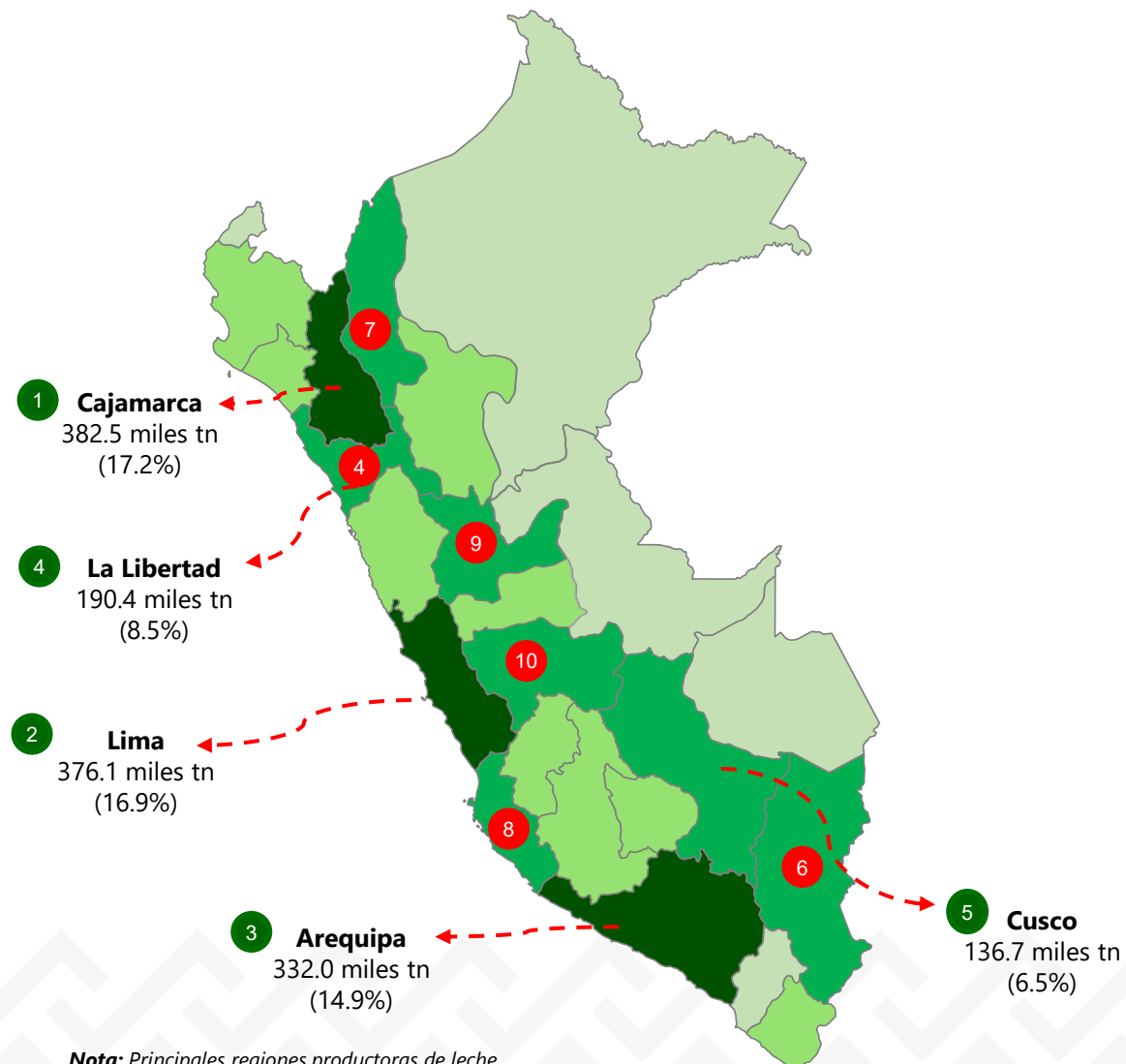


PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Datos de la Cadena Productiva (2024)



2,228,889
Toneladas de leche



6.54
Litro/vaca/día



933,907
Vacas en ordeño



S/ 1.50
Precio por litro

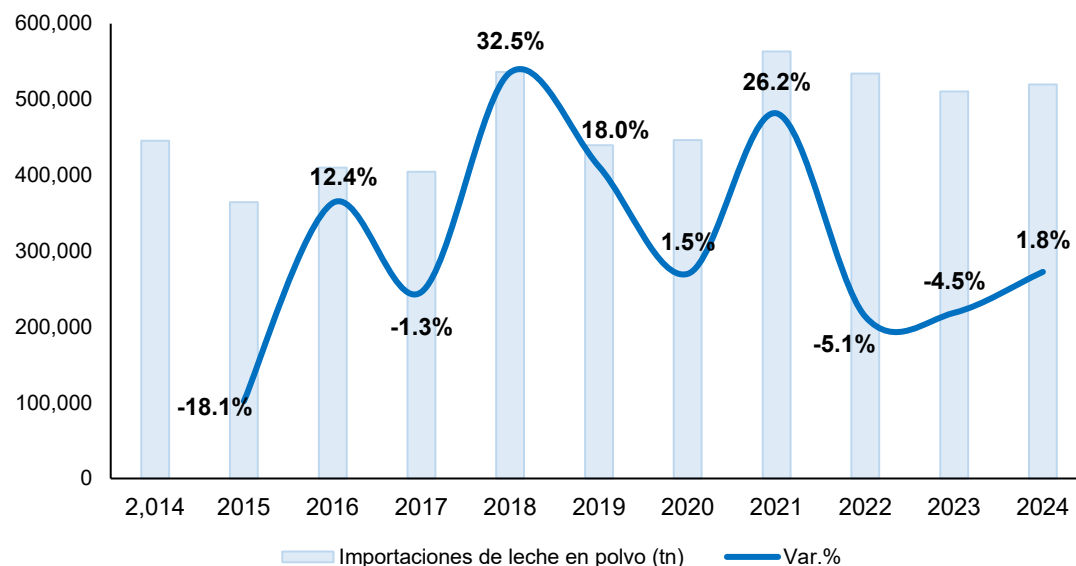
Productor	Rangos de tamaño del hato	Número de productores	Part. %
Total		452,217	100.0%
Pequeño	1 a 10 cabezas	388,454	85.9%
Mediano	11 a 49 cabezas	60,597	13.4%
Grande	50 a más	3,166	0.7%

Nota: Principales regiones productoras de leche

Fuente: MIDAGRI - SIEA

Importaciones de leche en polvo

Perú: Importaciones de leche en polvo



519.6 miles de toneladas
 de leche en polvo importada

S/ 1.27
 Valor CIF (S/. X kg)

Principales proveedores



297,046.4 tn
 Var. % 16.4%
 Part. % 57.2%



97,311.1 tn
 Var. % 24.8%
 Part. % 18.7%



4,174.9 tn
 Var. % -27.2%
 Part. % 8.0%

Principales importadores



359,860.1 tn
 Var. % 0.3%
 Part. % 69.3%



40,184.2 tn
 Var. % 10.9%
 Part. % 7.7%



29,898.2 tn
 Var. % 12.7%
 Part. % 5.8%

Nota: En términos de leche fluida
Fuente: Veritrade

Nota: El valor CIF (representa el costo del producto importado puesto en el puerto peruano, e incluye el precio de origen, el seguro y el flete internacional)
Nota: En términos de leche fluida
Fuente: Veritrade

¿POR QUÉ IMPORTAMOS?

La **producción nacional** de leche **no cubre** completamente la **demanda interna**, por lo que se recurre a la importación para suplir esta brecha y garantizar el abastecimiento del mercado.

2,201,096 tn
Producción nacional

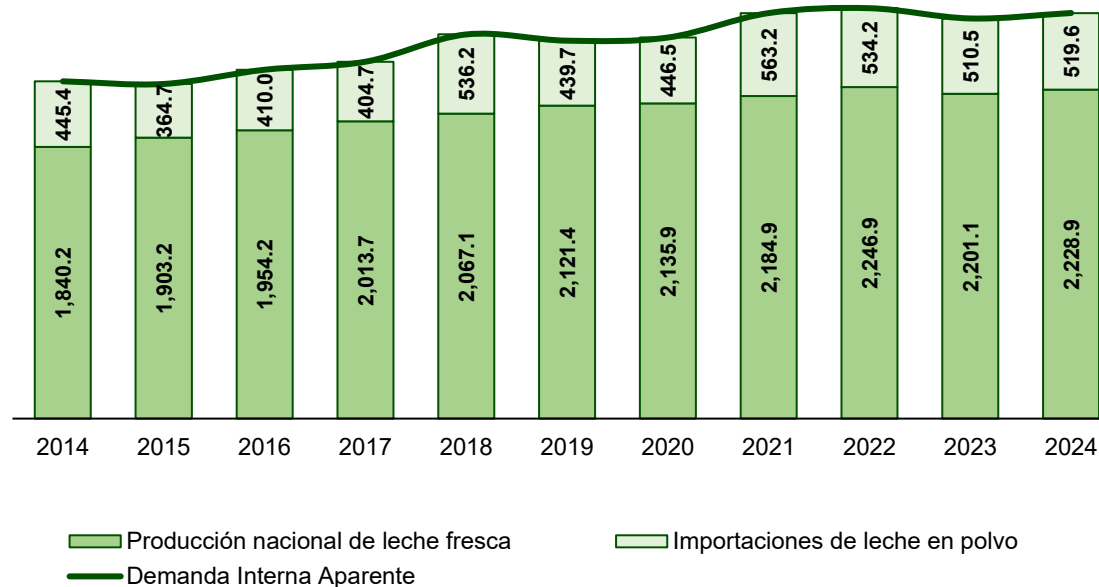


2,711,530.1 tn
demanda

510,467.4 tn
Brecha de producción

Nota: En términos de leche fluida
Fuente: Veritrade, MIDAGRI- SIEA

Composición de la oferta de leche
(miles de toneladas)



Crec. % 24/14

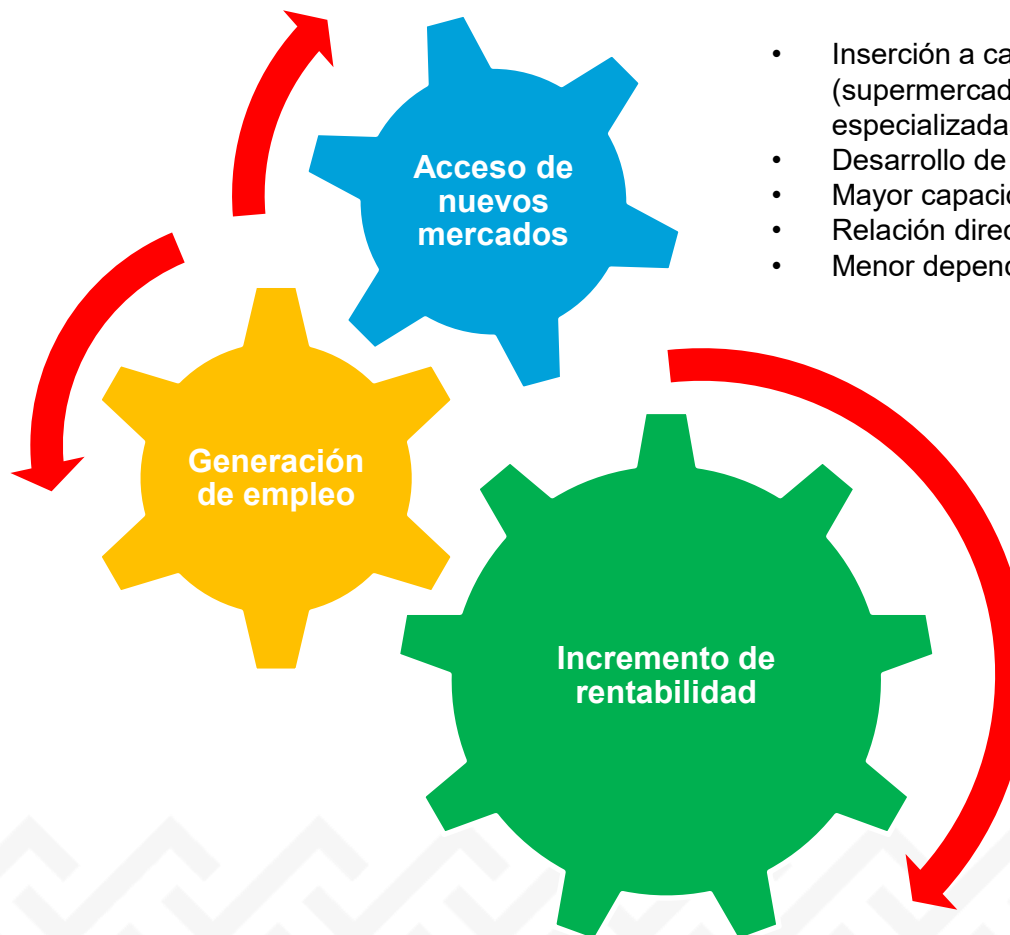
+ 1.9%
NACIONAL

+ 1.6%
IMPORTADO

Beneficios del Valor Agregado



- Incremento de mano de obra local
- Creación de puestos trabajo en transformación y empaque
- Mayor demanda de servicios asociados (transporte, insumos, maquinaria)
- Retención de talento en zonas rurales
- Dinamización de economías locales



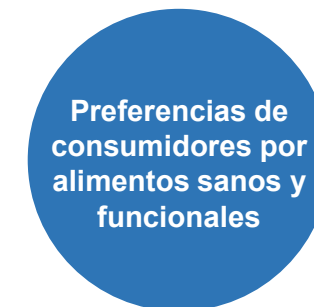
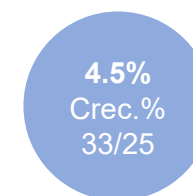
- Inserción a canales de mayor valor (supermercados, tiendas especializadas, HORECA)
- Desarrollo de marca y posicionamiento
- Mayor capacidad de negociación
- Relación directa con compradores
- Menor dependencia de intermediarios



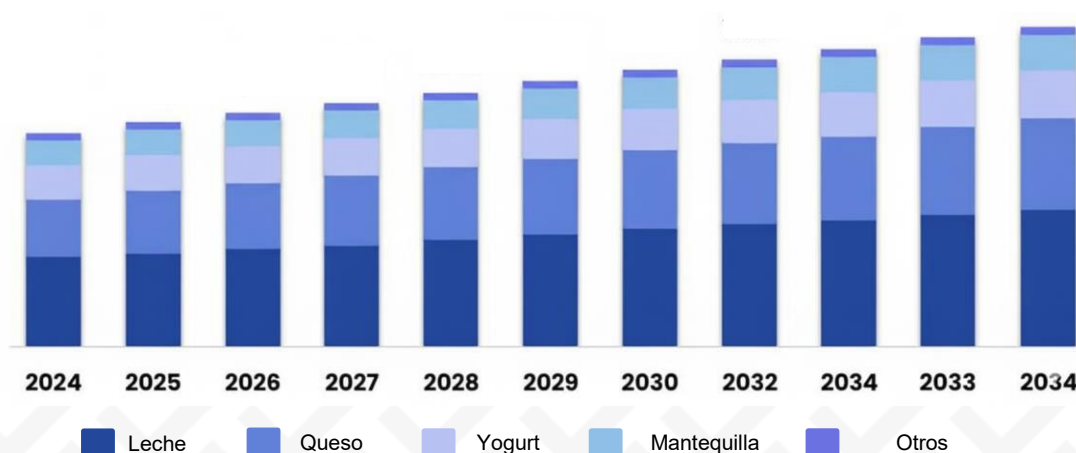
- Mayor valor por litro procesado
- Mejores márgenes por producto transformado
- Mayor retorno de inversión en la finca
- Aprovechamiento económico de excedentes
- Diversificación de productos (quesos madurados, yogurt, helados)

Tendencia Mundial de Lácteos

El mercado global de productos lácteos mantiene un crecimiento sostenido, impulsado por la creciente preferencia de los consumidores por alimentos saludables y sostenibles. Se estima que su valor pasará de US\$ 930.5 mil millones en 2024 a US\$ 1,382.8 mil millones en 2034, con una tasa de crecimiento anual de 4.5%, reflejando la transición del sector hacia productos de mayor valor agregado y mayor rentabilidad.

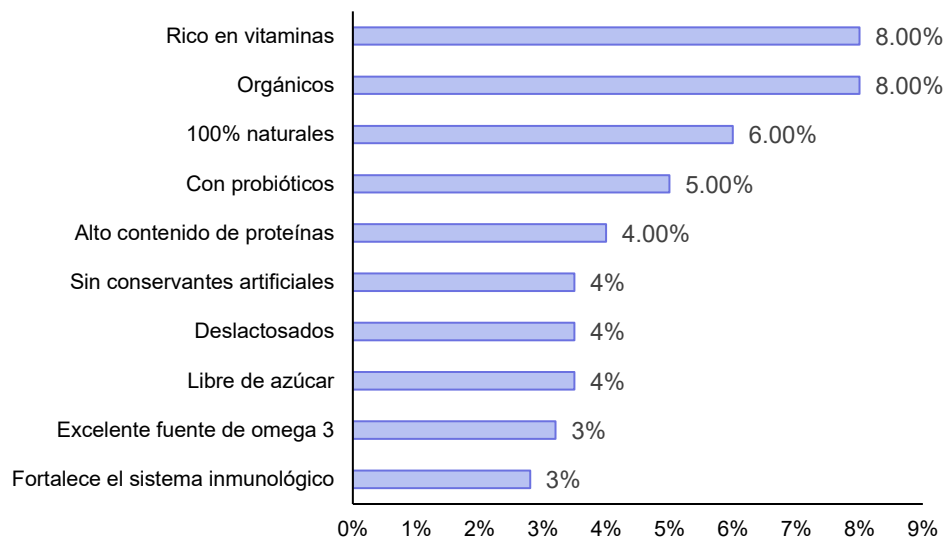


Mundo: Evolución del mercado de derivados lácteos, por producto (2024 – 2034)

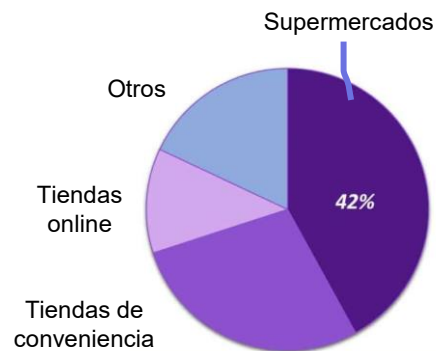


Tendencia Mundial de Lácteos

Top 10 afirmaciones de consumidores respecto a productos lácteos (2024)



Fuente: Euromonitor



CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los supermercados se consolidan como el principal canal de comercialización por su conveniencia, amplia variedad de marcas y promociones que atraen al consumidor.

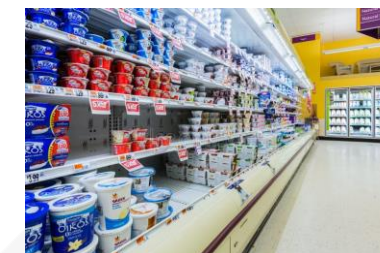


POR CATEGORÍA

La **lactosa** lidera el mercado con más del **66%** de participación, impulsada por su amplio uso en alimentos, fármacos y productos sin lactosa, así como en panadería y confitería por sus propiedades funcionales.

POR NATURALEZA

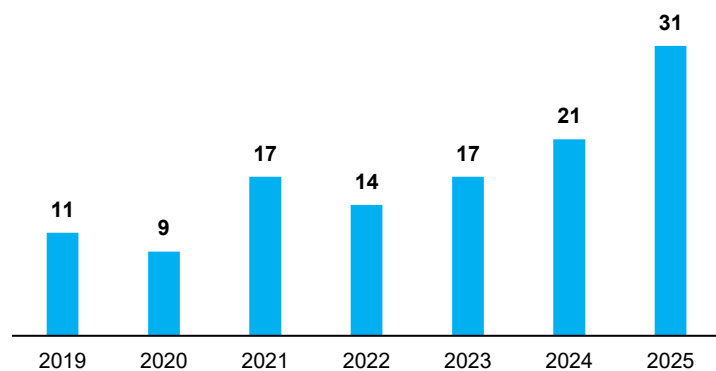
Los **productos lácteos convencionales** mantienen el **78%** del mercado gracias a su accesibilidad, precios competitivos y confianza del consumidor, pese al creciente interés por opciones orgánicas.



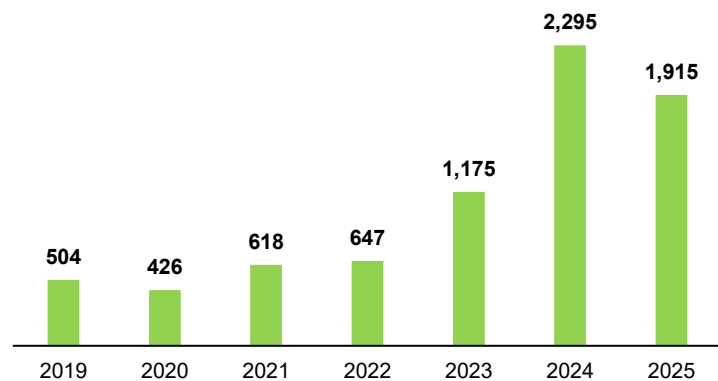
Fuente: Observatorio de la Cadena Láctea Argentina, EMR, Market US

Agromercado en la Cadena de Derivados Lácteos

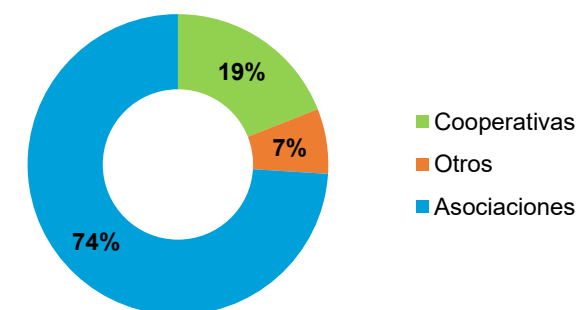
N° de PACs implementados



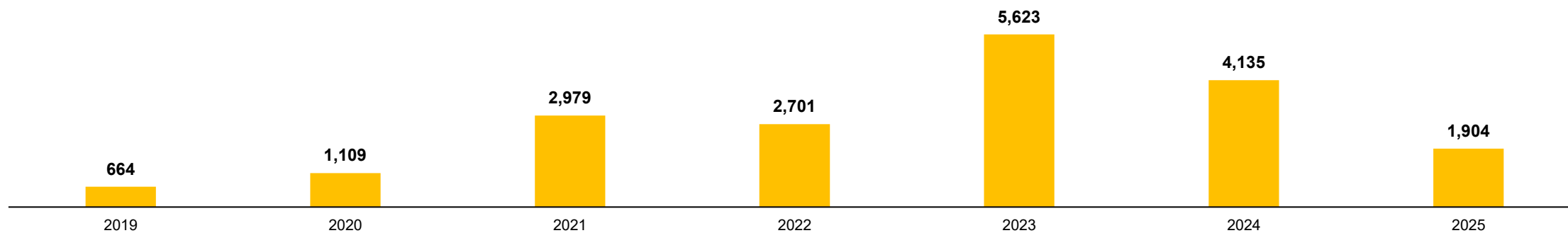
N° de Beneficiarios



Tipo de Organización



Ventas totales (S/. miles)



Agromercado en la Cadena de Derivados Lácteos



Macrorregionales

Organización de concursos **macrorregionales** de quesos en **las zonas norte, centro y sur** del país, impulsando la visibilidad de los quesos artesanales y facilitando su acceso a nuevas oportunidades comerciales.



ProLácteos

El programa ProLácteos, lanzado en **45 distritos** de **ocho regiones**, moviliza más de **S/43 millones** para fortalecer 115 plantas lácteas y beneficiar a **4,533 productores** con asistencia técnica, infraestructura y acceso a mercados.



ExpoQueijo




Apoyo a los productores peruanos con asistencia técnica, logística y comercial para participar en **ExpoQueijo Brasil**, donde el **Perú** obtuvo **7 medallas**, una medalla de oro, dos de plata y cuatro de bronce, en la edición 2025.



PROYECTO LÁCTEOS

PI CUI N° 2613870 "MEJORAMIENTO Y AMPLIACIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO AL DESARROLLO PRODUCTIVO EN 8 UNIDADES PRODUCTORAS, 8 DISTRITOS DE 8 PROVINCIAS DE 8 DEPARTAMENTOS"

Información General

 1. Objetivo del Proyecto	Fortalecimiento de la cadena productiva de Lácteos
 2. Ámbito de Intervención	Dpto. de Ayacucho, Arequipa, Cajamarca, Cusco, Junín, La Libertad, Puno y Tacna, 31 Provincias y 45 distritos
 3. Costo de Inversión	S/ 44.2 millones
 4. Beneficiarios	4,533 Productores
 5. Estado Situacional	En ejecución física
 6. Año de Culminación	Marzo 2025 - Marzo 2029
 7. Ejecución financiera acumulada	S/ 2.1 millones (67.36%)



VIDEO

Avance Físico Logrado



Asistencia Técnica

- 1,777 Productores capacitados
- 71 Plantas capacitados en BMP/PHS
- 14,246 horas de asistencia técnica en hatos y plantas artesanales de quesos



Articulación Comercial

- 10 Productores participaron en el III Salón del Queso
- 07 organizaciones participan en Fangal Cajamarca con tabla de quesos



Módulos

- 2 Módulos de Maduración de Queso en proceso de su construcción





IMPACTO DE LOS CONCURSOS MACRORREGIONALES

Primer Concurso Macrorregional de Quesos-

En total se han organizado 12 ediciones desde el 2021

Visibilidad de marcas de quesos

Participar eleva el prestigio de las marcas locales

Mercado

Participar facilita acceso a más mercados para sus quesos

Reconocimientos

Celebrando el logro de 204 marcas

Presencia en eventos internacionales

Los mejores quesos compiten en Expoqueijo Brasil





PERÚ

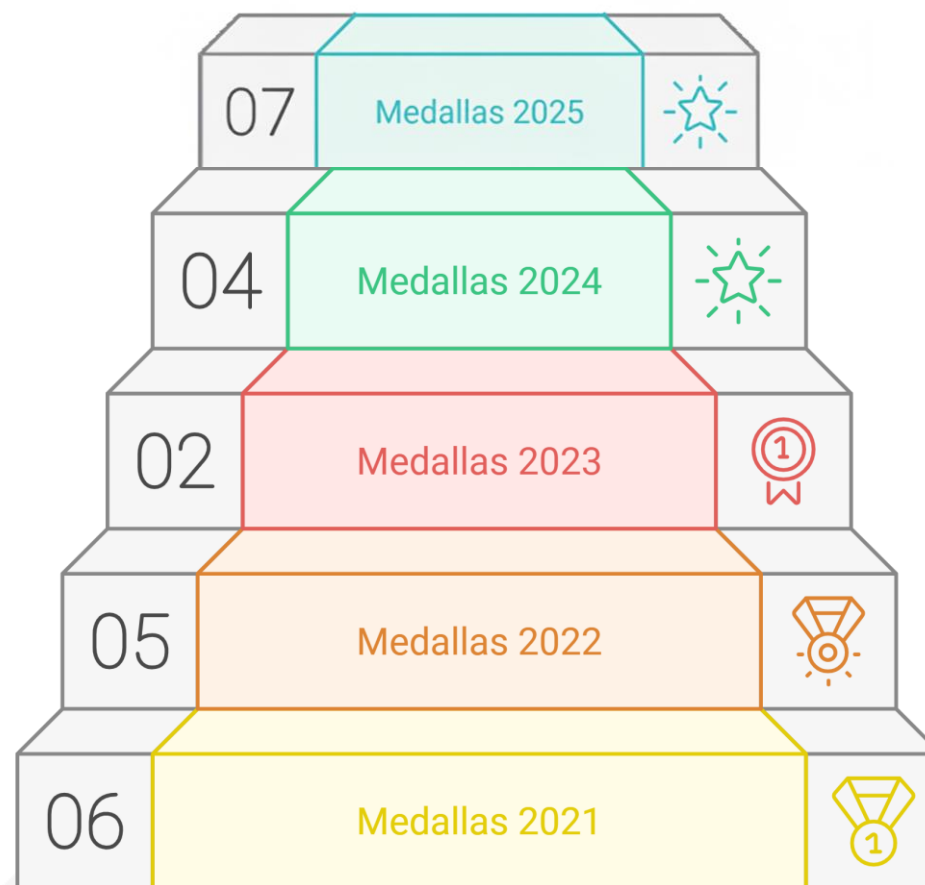
Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



CONCURSO INTERNACIONAL: EXPOQUEIJO BRASIL

Perú
participa
desde el
2021

Setiembre del año 2022, se firmó un Memorando de Entendimiento entre SSE y el Gobierno Regional de Minas Gerais, para iniciar un intenso intercambio de Mutua Colaboración





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Panorama de la Cadena Productiva

Carne Vacuna

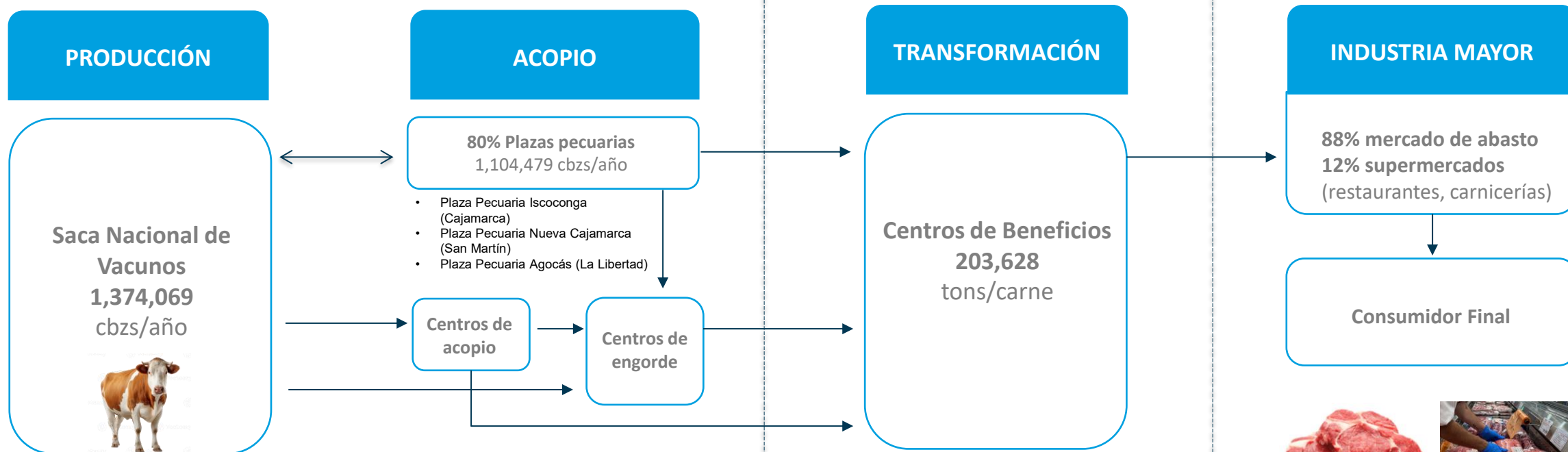


Cadena de Valor de Carne Vacuna- 2024

SECTOR PRIMARIO

SECTOR INDUSTRIA

SECTOR COMERCIO



TIPO DE AUTORIZACION	CANTIDAD
AUTORIZACION SANITARIA DE FUNCIONAMIENTO	103
SOLICITUD DE AUTORIZACION SANITARIA DE FUNCIONAMIENTO	11
TOTAL DE MATADEROS	114



Nota: Una plaza pecuaria es un espacio habilitado para el comercio, agrupamiento y traslado de ganado, que concentra actividades ganaderas como la compra-venta, exposición de animales y operaciones de logística pecuaria.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Razas de Vacas de Engorde



ABERDEEN ANGUS

Peso: 800 – 950 kg

Rendimiento en camal: 65 - 70%

Adaptación: climas templados y fríos,
buena adaptabilidad



CHAROLAISE

Peso: 900 - 1,200 kg

Rendimiento en camal: 60 – 65%

Adaptación: Climas tropicales,
subtropicales y áridos



BRAHMAN

Peso: 800 – 1,100 kg

Rendimiento en camal: 58 - 65%

Adaptación: zonas tropicales,
subtropicales y templados



SIMMENTAL

Peso: 1,100 – 1,200 kg

Rendimiento en camal: 58 – 63%

Adaptación: Capacidad de adaptación a
climas extremos



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Datos de la Cadena Productiva (2024)



203,991
Toneladas de carne



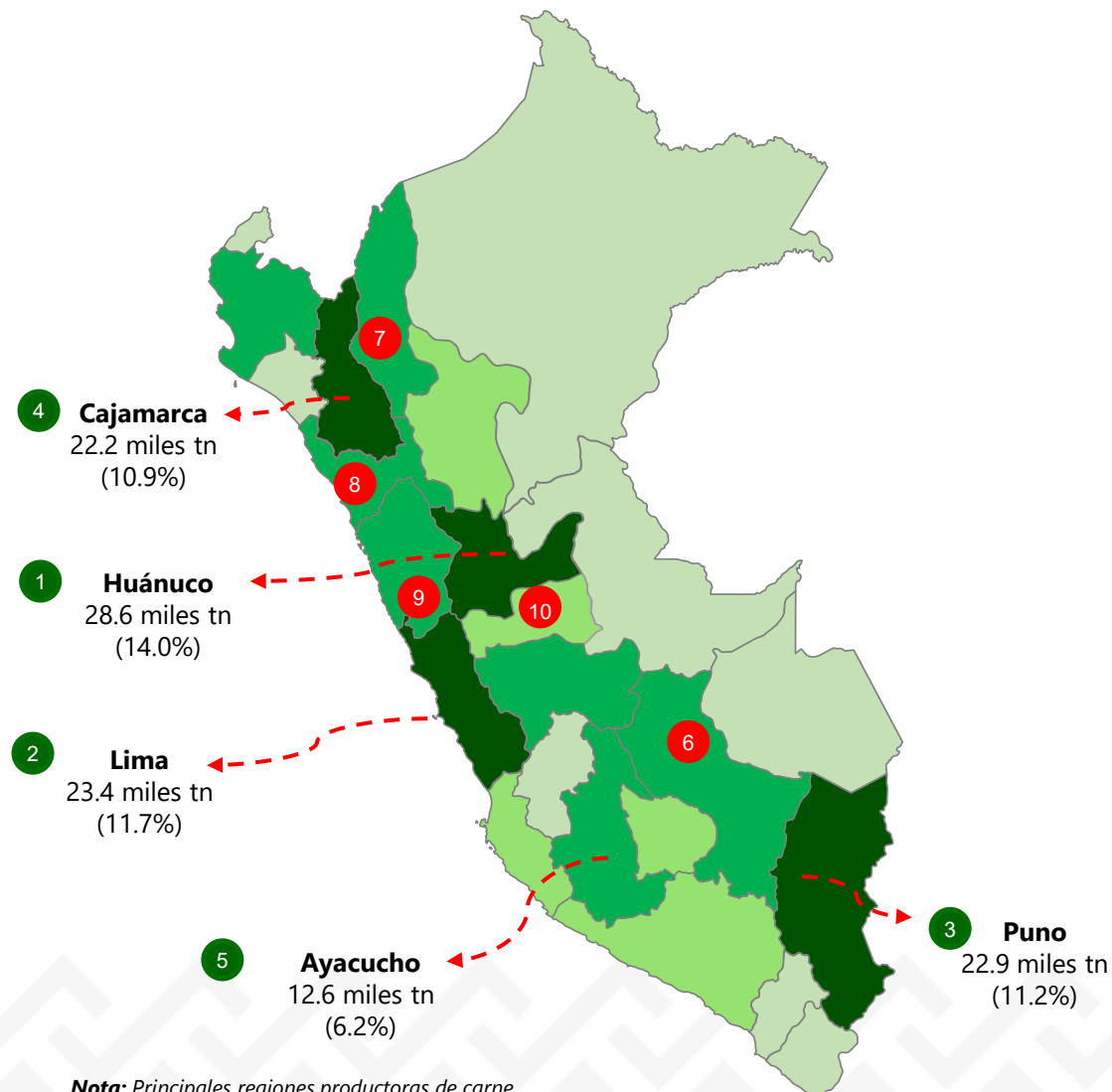
147.76 kg/uni.
Rendimiento



5,842,166
Cabezas de ganado

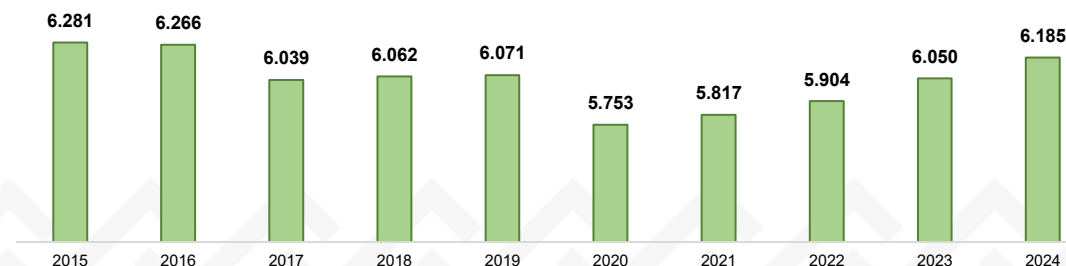


S/ 5.86
Precio carcasa kg



Nota: Principales regiones productoras de carne
Fuente: MIDAGRI - SIEA

Perú: Evolución del Consumo per Cápita de carne vacuno
(kg/hab/año)



Factores Importantes de Compra

Los principales actores de la cadena de comercialización y venta, tales como restaurantes, carnicerías, distribuidores, mercados e importadores, valoran cada vez más productos que transmitan confianza, frescura y diferenciación. La decisión de compra se centra en atributos que combinan calidad, seguridad sanitaria y presentación.

Principales tendencias y preferencias:

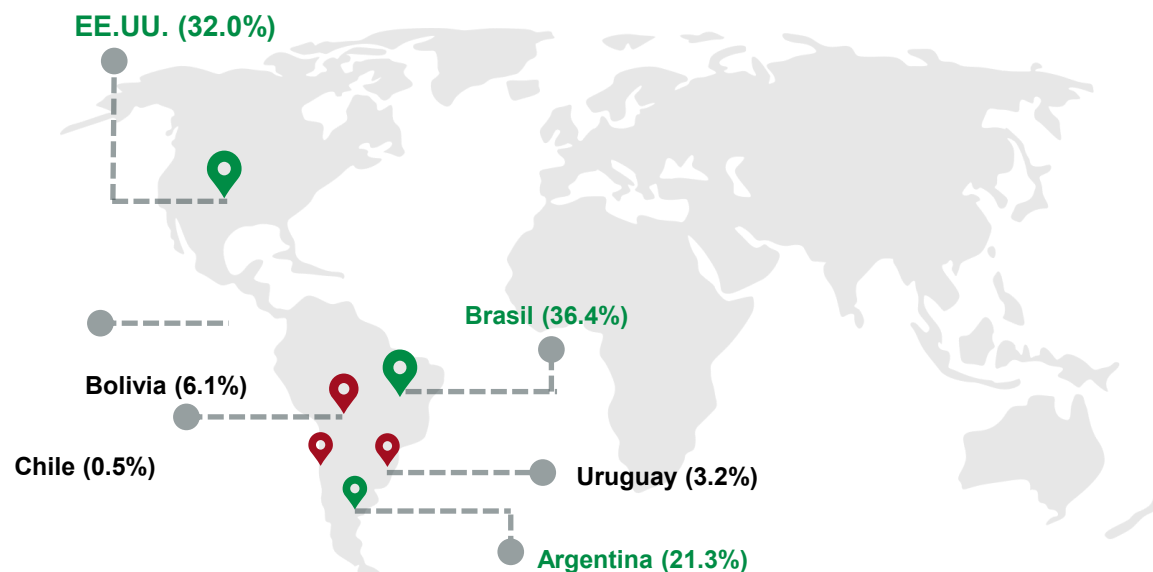
- Calidad y raza del bovino como indicadores de valor
- Autorización por SENASA y procedencia certificada como garantía sanitaria
- Tipos de corte y marmoleados asociados a la textura y sabor
- Empaque al vacío y cadena de frío para conservar frescura y presentación
- Certificaciones y trazabilidad como tendencia en segmentos premium (Halal, Kobe, bienestar animal, prácticas regenerativas, crianza de animales libre de antibióticos)

LIMA: FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPRA DE CARNE DE VACUNO

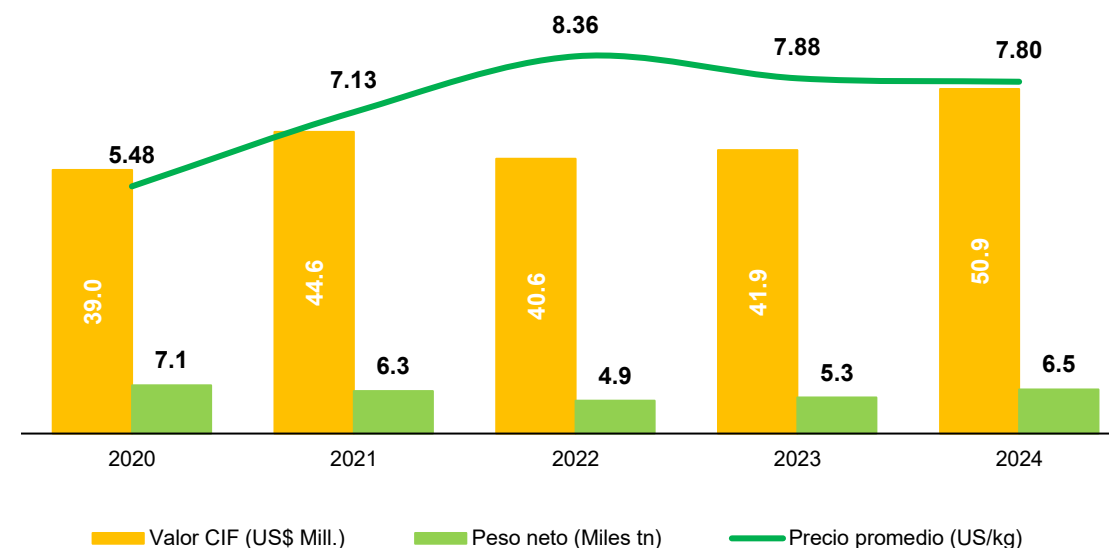


Importaciones de Carne Bovina

Perú: Principales países proveedores de carne bovina (2024)



Perú: Importaciones de carne bovina (2020- 2024)



El Perú tiene un **alto potencial para sustituir las carnes importadas**. Además, se busca atender la demanda interna mediante una oferta diversa de cortes.



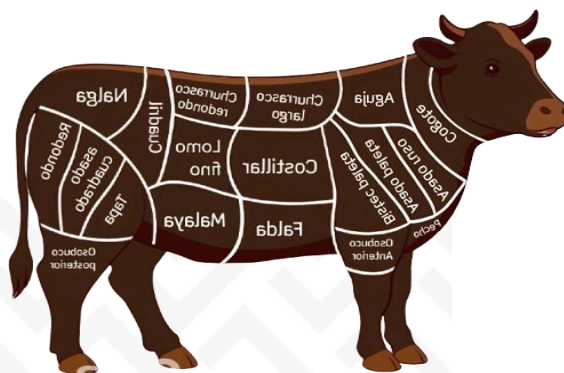
PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

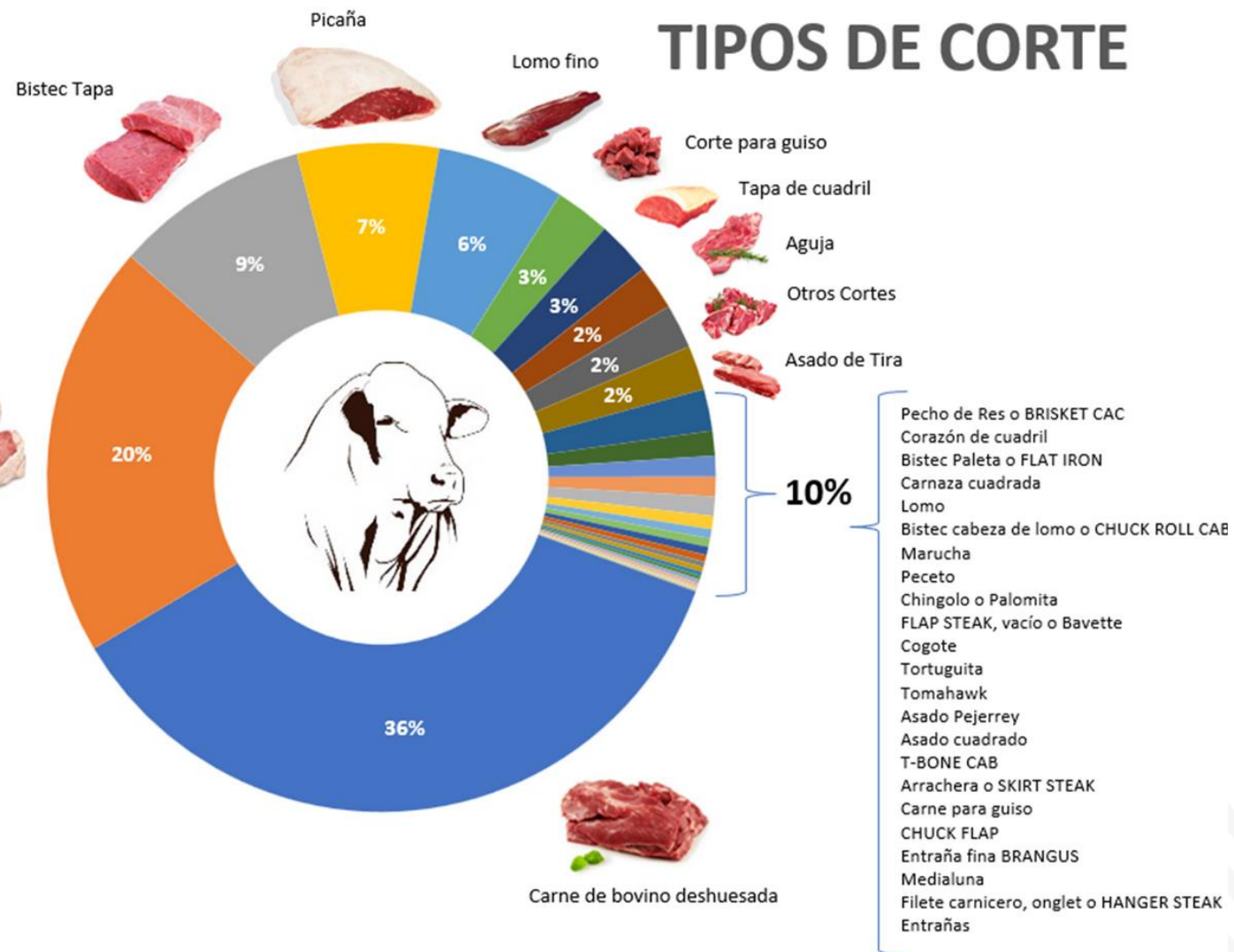


TIPOS DE CORTE

MÁS IMPORTADOS 2024

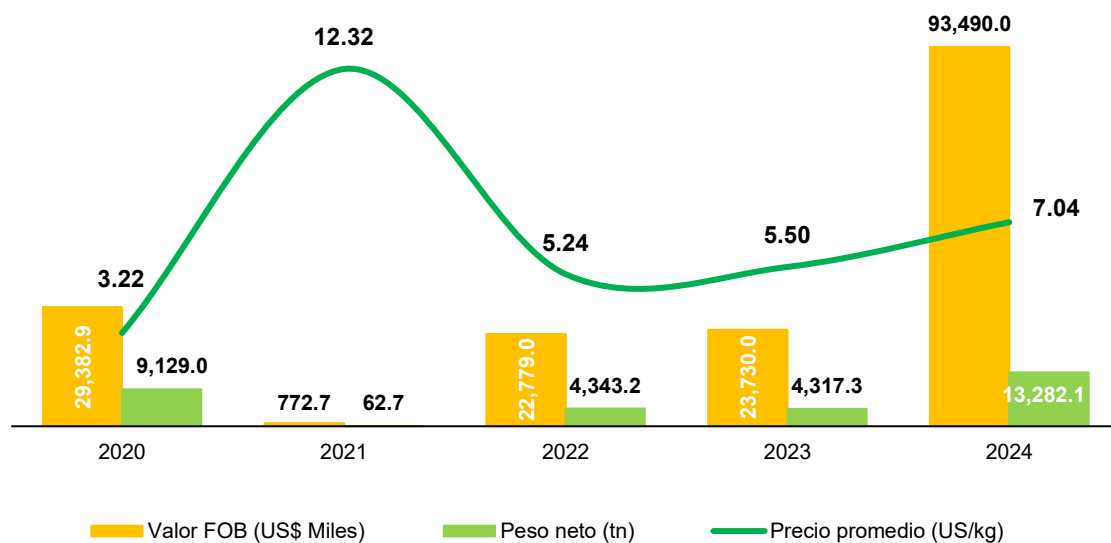


Bife Ancho

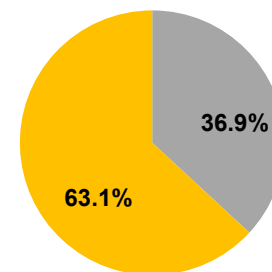


Exportaciones de Carne Bovina

Perú: Exportaciones de carne bovina (2020- 2024)

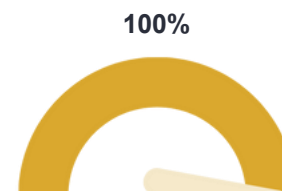


Fuente: Veritrade



SEGMENTACIÓN DE CARNE

- Congelado
- Fresco o Refrigerado



DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Aguas internacionales.



Precios de mercado – Cortes finos



Producto: Bife Ancho
Precio: S/ 66.17
Peso: 1.30 kg



Producto: Bife Ancho
Precio: S/ 152.28
Peso: 1.20 kg



Producto: Bife Angosto
Precio: S/ 103.08
Peso: 1.20 kg



Producto: Picanha
Precio: S/ 101.60
Peso: 1.60 kg



Producto: Picanha
Precio: S/ 129.87
Peso: 1.30 kg



Producto: Picanha
Precio: S/ 124.08
Peso: 1.20 kg



Producto: Picanha
Precio: S/ 180.00
Peso: 1.00 kg



Producto: Lomo fino
Precio: S/ 140.00
Peso: 1.50 kg



Producto: Lomo fino
Precio: S/ 74.90
Peso: 1.00 kg

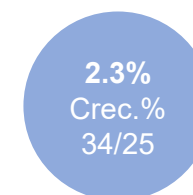
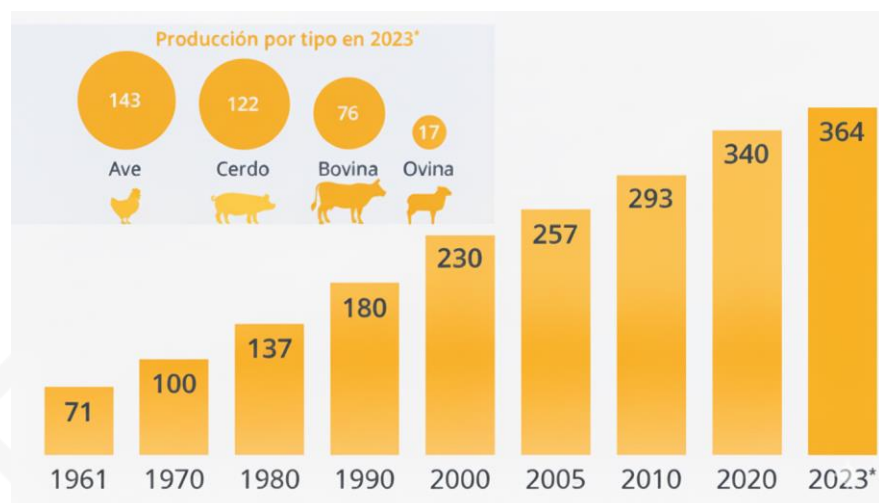


Producto: Bife ancho
Precio: S/ 211.12
Peso: 800 gramos

Tendencia Mundial de Carne

El mercado global de carne alcanzó un valor de US\$ 1.5 billones en 2024 y se proyecta que llegue a US\$ 1.84 billones en 2034, con un crecimiento anual del 2.3%. Su expansión está impulsada por la mayor demanda de proteínas animales, la innovación en procesamiento y la búsqueda de alimentos nutritivos. La carne destaca por su aporte de proteínas, hierro, zinc y vitamina B12, lo que refuerza su consumo en poblaciones que priorizan una alimentación saludable.

Mundo: Evolución de la producción de carne (millones de tn)





Consumo de carne en Latinoamérica, por tipo



La carne de vacuno sigue siendo una opción tradicional y preferida en gran parte de la región.

Gran parte de la producción se exporta fresca, con una vida útil en refrigeración de hasta 90 días, lo que facilita su transporte y reduce la necesidad de congelación.



El pollo es la proteína más consumida en la región, cuyo crecimiento se impulsa por su precio accesible, su versatilidad en distintas preparaciones y su percepción como una opción saludable.

Su vida útil limitada en fresco (15 días) favorece además la demanda de productos congelados, asegurando disponibilidad y conservación.



La carne de cerdo ha experimentado un crecimiento constante gracias a su amplia aceptación y diversificación en la dieta. Su versatilidad la hace adecuada tanto para platos tradicionales como modernos, y su vida útil en fresco de hasta 40 días facilita la flexibilidad logística.

Consumo per cápita de carne en los principales países de América Latina (kg)

País	Vacuno	Gallina	Cerdo
Argentina	44.8	44.5	16.4
Bolivia	6.5	22.1	3.1
Brasil	24.6	40.8	19.5
Chile	26.3	-	19.9
Colombia	8.7	32.3	13
Ecuador	-	-	11
Guatemala	-	-	5.7
México	9	32.3	23.03
Panamá	-	-	17.5
Paraguay	12.1	-	10.1
Perú	4.2	46.7	10
República Dominicana	-	-	12.9
Uruguay	43	-	20.5
Venezuela	3.7	27.1	-

Fuente: Emergente Cold Latam (2025)

Nota: (-) Datos no disponibles

Acciones de Agromercado para impulsar el consumo interno

Consumo interno de carne de res peruana		FECHA INICIO	FECHA FIN
HITO 1	Degustación de carne de res peruana en el marco del primer congreso internacional BRANGUS PERÚ 2025	23/06	27/06
HITO 2	Activación de consumo de carne: Consumo de carne para sopas (08/08/25) Consumo de carne para guisos (05/09/25) Difusión de videos en redes sociales de recetas en base a carnes	08/08	05/09
HITO 3	Participación de Agromercado en: Consumo de carne en el marco de la expoagraria (29 al 31 AGOS) Congreso internacional de vacunos de carne (del 21 al 22 NOV)	29/08	24/11
HITO 4	Rueda de Negocio para la cadena de vacuno de carne Celebración del día nacional de la carne de res, con la Asociación FONGICARV	20/11	23/11





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Próximas Acciones Agromercado

Lanzamiento de actividades en el marco de la promoción comercial de productos con valor agregado de la cadena de carne bovina

Desarrollo de capacidades de organizaciones ganaderas de las principales regiones productoras de carne bovina

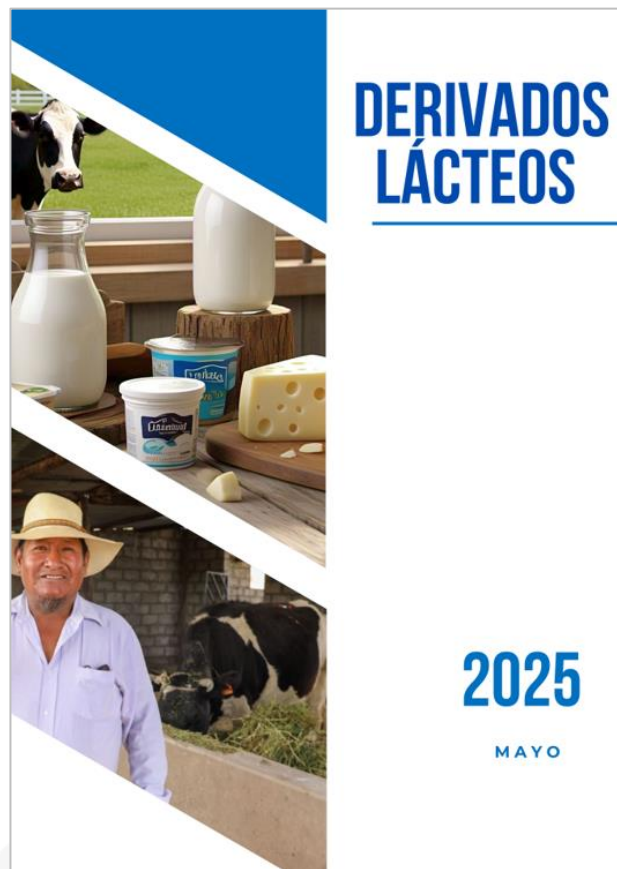
Producciones audiovisuales de videos de historias de éxito en la crianza y producción de ganado





Gestión de Contenido de Redes Sociales para presentar los beneficios del consumo de carne bovina, entre otros

Articulación con SENASA para mejora de la sanidad animal y el desarrollo de protocolos de exportación de carne



Estudios y Publicaciones









"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
 "Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

ÍNDICE

1. PANORAMA GENERAL DE LA LECHE EN PERÚ	7
1.1. Descripción de la leche	7
1.2. Importancia social y económica	8
1.3. Características de las vacas en ordeño	10
1.3.1. Razas de vacas en ordeño	10
1.3.2. Sistemas de producción	11
1.3.3. Número de vacas en ordeño	13
1.4. Estándares de calidad en la leche	15
1.4.1. Requisitos y especificaciones técnicas	15
2. CADENA DE VALOR DE DERIVADOS LÁCTEOS	17
2.1. Abastecimiento de leche cruda	19
2.1.1. Leche cruda nacional	19
2.1.2. Importaciones de leche en polvo	22
2.1.3. Composición de la oferta de leche	25
2.2. Acopio de leche	28
2.2.1. Acopio de la gran industria	28
2.2.2. Acopio de la industria artesanal	29
2.2.3. Precio pagado al productor de leche	30
2.3. Producción de derivados lácteos	31
2.3.1. Producción de derivados lácteos de la gran industria	32
2.3.2. Producción de derivados lácteos de la industria artesanal	36
2.4. Comercialización	40
2.4.1. Comercialización en el ámbito nacional	40
2.4.2. Comercialización en el ámbito internacional	51
3. PANORAMA MUNDIAL	56
3.1. Producción mundial de leche	56
3.2. Producción mundial de derivados lácteos	61
3.3. Comercio internacional	64
3.4. Tendencias de consumo	67
3.4.1. Tendencias de consumo de queso	67
3.4.2. Tendencias de consumo de mantequilla	69
4. OPORTUNIDADES Y RETOS	72
4.1. Oportunidades	73
4.2. Retos	74

Av. General Trinidad Morán N°555
 Lima - Lima, Perú
 (51) 215-0730
 www.gob.pe/agromercado



Próximos Estudios y Perfiles



Nuevo Canal de Comunicación: WhatsApp

AGROMERCADO A TU SERVICIO

¡Nuevo canal de comunicación y atención!

 **944 150 457**

Orientado a **productores de la agricultura familiar y emprendedores**, interesados en crear y desarrollar oportunidades comerciales.

Horario de atención:
De lunes a viernes
de 8.30 a. m.
a 5.30 p. m.



Escanea aquí



 **PERÚ** Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego





Agromercado
Cuenta de empresa de WhatsApp



Número de comunicación:

944150457

Nueva Herramienta de Gestión Comercial: CRM

Herramienta digital que optimiza la gestión de relaciones entre Agromercado y los productores, mejorando la atención, articulación e información comercial.

Principales beneficios:

- **Base de datos unificada:** Centraliza información de productores, compradores y aliados
- **Seguimiento eficiente:** Registra y monitorea solicitudes en tiempo real
- **Oferta prioritaria:** Identifica productos con alto potencial comercial
- **Demanda potencial:** Conecta productores con compradores interesados
- **Comunicación segmentada:** Envía información y eventos según el perfil productivo
- **Canal directo (WhatsApp Business):** Facilita atención rápida y acompañamiento continuo.





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Servicios de MIDAGRI



Gracias

Jorge Castro Trkovic

jcastro@agromercado.gob.pe