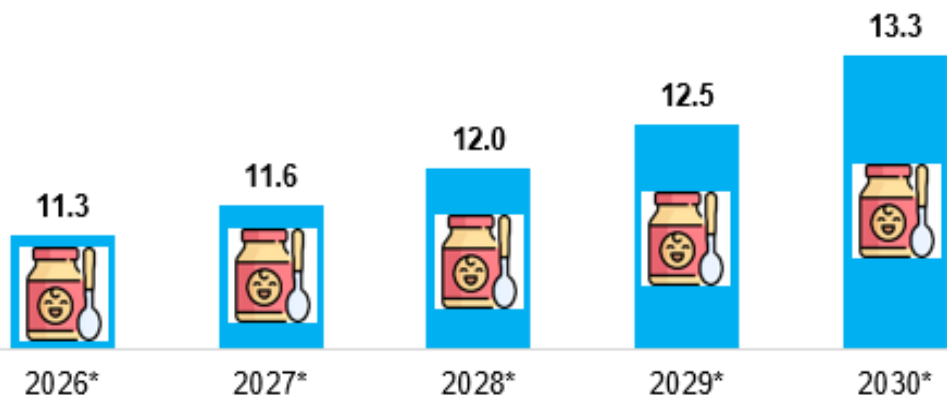
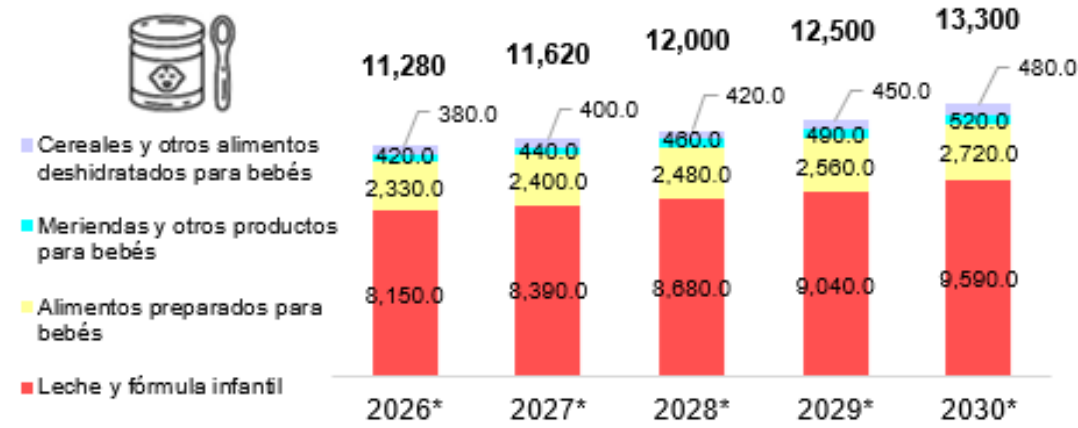


Ventas de Alimentos para Bebés en Norteamérica (Miles de Millones US\$)



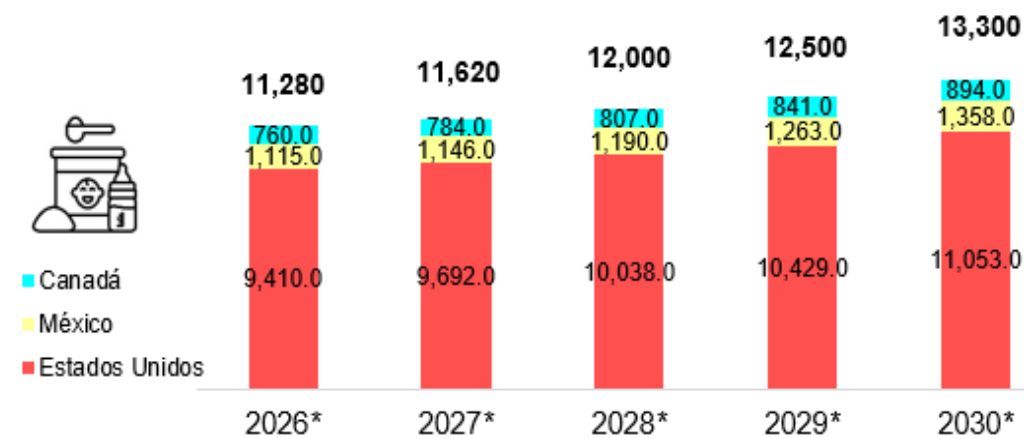
Fuente: Statista

Ventas de Alimentos para Bebés en Norteamérica por categorías (Millones US\$)



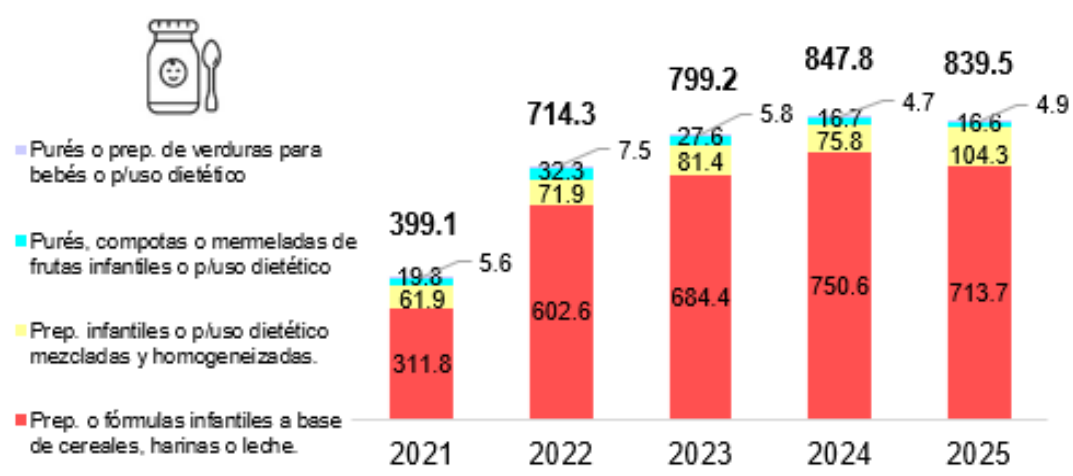
Fuente: Statista

Ventas de Alimentos para Bebés en Norteamérica por países compradores (Millones US\$)



Fuente: Statista

Importaciones^(a) de Alimentos para Bebés en Norteamérica por subpartidas armonizadas (Millones US\$)



^(a) Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.

Fuente: Trade Map

Mercado de Alimentos para bebés en Norteamérica

El mercado de alimentos para bebés comprende alimentos especialmente formulados para lactantes y niños pequeños, principalmente, en forma de preparados homogeneizados. Este mercado incluye tanto alimentos complementarios (por ejemplo, alimentos para bebés a base de frutas y verduras) como fórmulas infantiles.

En 2026, las ventas de alimentos para bebés de Norteamérica alcanzarían los US\$ 11.3 mil millones (13.4% de las ventas mundiales), mientras que, en 2030, se registrarían ventas por US\$ 13.3 mil millones, lo que representaría un crecimiento anual promedio de 4.1% en el período 2026-2030. Este crecimiento, similar al promedio mundial (+6.2%), sería explicado principalmente por el aumento de las ventas de leche y fórmula infantil.

• Categorías

En Norteamérica, las ventas en 2026 serían lideradas por la leche y fórmula infantil (US\$ 8,150.0 millones y 72.3% del total) y ascenderían a US\$ 9,590.0 millones en 2030 (+4.0% de crecimiento promedio anual entre 2026 y 2030).

Los alimentos preparados para bebés representarían el 20.7% de las ventas de Norteamérica en 2026, con un valor estimado de US\$ 2,330.0 millones. En 2030, los mencionados alimentos alcanzarían los US\$ 2,720.0 millones y reflejarían un crecimiento promedio anual de 4.0%.

Las meriendas y otros productos para bebés serían la categoría más dinámica en el periodo 2026-2030, con una tasa de 5.4% y obtendría ventas por US\$ 520.0 millones en 2030.

• Mercados

En 2026, Estados Unidos encabezaría las ventas de alimentos para bebé en Norteamérica (US\$ 9,410.0 millones o 83.0% del total). En 2030, este país alcanzaría los US\$ 11,053.0 millones y crecería a un promedio anual de 4.1%.

México ocuparía el segundo lugar, con ventas por US\$ 1,115.0 millones y una participación de 10.2% en 2026. Este mercado destacaría como el más dinámico entre 2026 y 2030 (+4.8%).

Importaciones⁽²⁾ de alimentos para bebés de Norteamérica

Las importaciones de alimentos para bebés en Norteamérica sumaron US\$ 839.5 millones en 2025 (6.3% de las importaciones mundiales), lo que significó una caída de 1.0% frente al 2024. Entre 2021 y 2025, se registró un crecimiento promedio anual de 15.5%.

De dichas importaciones, el 41.0% provenían de países pertenecientes a Norteamérica, donde Estados Unidos y México lideraron como proveedores (28.9% y 12.0% del total, respectivamente), mientras que Reino Unido y Chile fueron los principales proveedores fuera de la región (12.1% y 12.0% del total, respectivamente).

• Subpartidas armonizadas

En Norteamérica, el 85.0% del total de las importaciones de alimentos para bebés en 2025 (US\$ 713.7 millones y -4.9% interanual) fueron las preparaciones o fórmulas infantiles a base de cereales, harinas o leche (subpartida armonizada 190110). Entre 2021 y 2025, se registró un crecimiento promedio anual de 17.3%, el más alto entre las subpartidas.

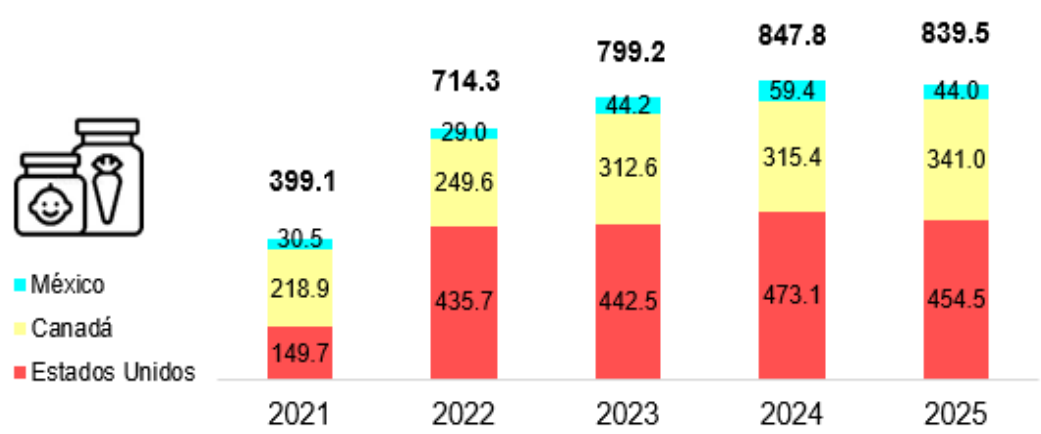
Las preparaciones infantiles o para uso dietético mezcladas y homogeneizadas (subpartida armonizada 210420) ocuparon el segundo lugar, con compras que alcanzaron los US\$ 104.3 millones o 12.4% del valor total en 2025, lo que significó un crecimiento interanual de 37.5%.

⁽¹⁾ Norteamérica incluye a Canadá, Estados Unidos y México

⁽²⁾ Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.

*Los valores del año 2026 en adelante son estimaciones de venta. Todos los valores de venta mostrados se refieren al valor minorista e incluyen impuestos sobre las ventas.

Importaciones^(b) de Alimentos para Bebés en Norteamérica por países compradores (Millones US\$)



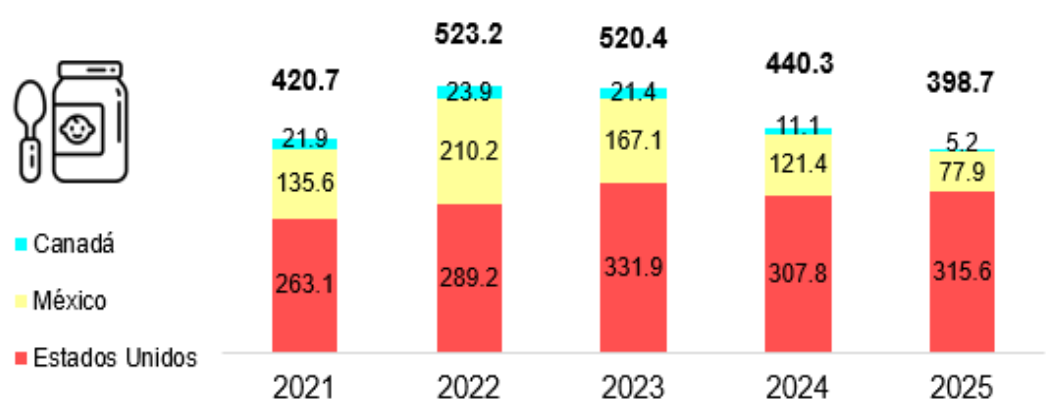
^(b) Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.
Fuente: Trade Map

Exportaciones^(c) de Alimentos para Bebés en Norteamérica por subpartidas armonizadas (Millones US\$)

	2021	2022	2023	2024	2025	Var. 25/21
Total	420.7	523.2	520.4	440.3	398.7	-5.4%
Prep. o fórmulas infantiles a base de cereales, harinas o leche.	385.1	473.4	478.3	407.5	373.7	-5.4%
Prep. infantiles o p/uso dietético mezcladas y homogeneizadas.	25.5	34.7	30.4	19.2	12.3	-16.4%
Purés, compotas o mermeladas de frutas infantiles o p/uso dietético	7.4	10.2	9.6	9.4	7.0	-18.1%
Purés o prep. de verduras para bebés o p/uso dietético	2.7	5.0	2.1	4.1	5.8	4.3%

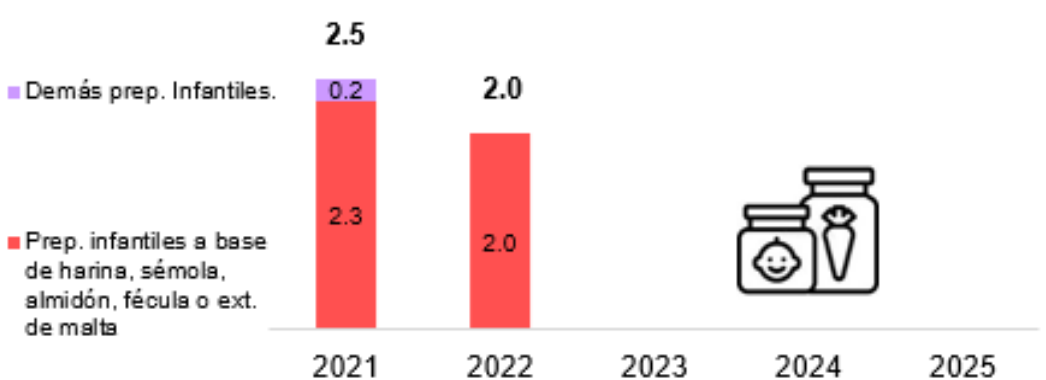
^(c) Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.
Fuente: Trade Map

Exportaciones^(d) de Alimentos para Bebés en Norteamérica por países de origen (Millones US\$)



^(d) Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.
Fuente: Trade Map

Exportaciones^(e) peruanas de Alimentos para Bebés a Norteamérica por subpartidas (Miles US\$)



^(e) Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.
Fuente: ADEX Data Trade

⁽³⁾ y ⁽⁴⁾ Se consideraron las subpartidas 190110, 200510, 200710 y 210420.

Entre 2021 y 2025, las ventas de preparaciones infantiles o para uso dietético mezcladas y homogeneizadas crecieron a una tasa promedio anual de 10.6%.

• Mercados

Estados Unidos se posicionó como el mayor mercado importador de alimentos para bebés en Norteamérica (US\$ 454.5 millones en 2025 o 54.1% del total regional). En 2025, su valor importado cayó 3.9% interanual, mientras que registró un crecimiento promedio de 32.6% en el período 2021-2025.

Canadá ocupó la segunda posición, en las importaciones de alimentos para bebés de Norteamérica con un valor de US\$ 341.0 millones (+8.1% interanual) o 40.6% del total regional. Además, entre 2021 y 2025, creció a una tasa promedio de 7.4%.

Exportaciones⁽³⁾ de alimentos para bebés de Norteamérica

Las exportaciones de alimentos para bebés de Norteamérica sumaron US\$ 398.7 millones en 2025, lo cual representó un decrecimiento interanual de 9.4% y una caída promedio anual de 6.1% entre 2021 y 2025. El 68.2% de los envíos estuvieron concentrados en mercados dentro de Norteamérica, donde Canadá y Estados Unidos fueron los mayores compradores (62.3% y 4.5% del total, respectivamente), mientras que los principales destinos fuera de Norteamérica fueron Honduras y Guatemala (7.2% y 6.3% del total, respectivamente).

• Subpartidas armonizadas

Las exportaciones de alimentos para bebés de Norteamérica estuvieron lideradas por las preparaciones o fórmulas infantiles a base de cereales, harinas o leche (subpartida armonizada 190110), con envíos que alcanzaron los US\$ 373.7 millones o 93.7% del total regional en 2025 (-8.3% interanual). Entre 2021 y 2025, las exportaciones de estos productos cayeron a una tasa promedio anual de 5.4%.

Los purés o preparaciones de verduras para bebés o para uso dietético (subpartida armonizada 200510) resaltó como la única subpartida con un crecimiento tanto interanual (+39.1%) y en el periodo 2021-2025 (+4.3%).

• Mercados

Estados Unidos se consolidó como el principal y más dinámico exportador de Norteamérica en 2025 (US\$ 315.6 millones, 79.2% del total regional y +2.5% con respecto al 2024). Entre 2021 y 2025, este mercado registró un crecimiento promedio anual de sus envíos de 0.5%.

México fue el segundo mayor exportador regional en 2025, por un valor de US\$ 77.9 millones (19.5% del total regional), lo que significó una disminución interanual de 35.8%. En el periodo 2021-2025, este indicador se redujo 18.1% en promedio anual.

Perú: Exportaciones⁽⁴⁾ de alimentos para bebés hacia Norteamérica

En el periodo de estudio (2021-2025), sólo se registraron exportaciones peruanas de alimentos para bebés hacia los mercados de Norteamérica en 2021 y 2022, los cuales tuvieron como único destino a Estados Unidos.

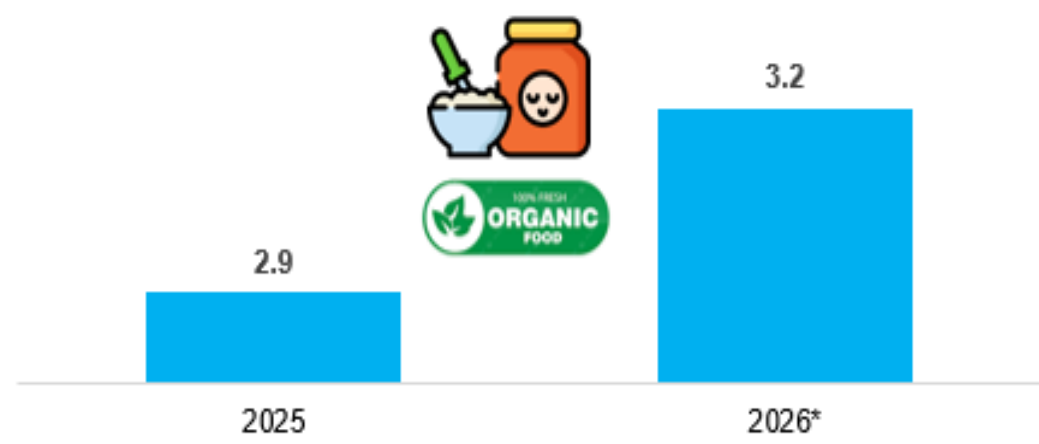
En 2022, dichas exportaciones sumaron US\$ 2.0 mil, representando tan solo el 0.001% de las compras de Norteamérica y 9.3% de las exportaciones mundiales de alimentos para bebé de Perú.

Perú registró exportaciones mundiales de alimentos para bebés por un valor de US\$ 718.3 mil en 2025.

• Subpartidas nacionales

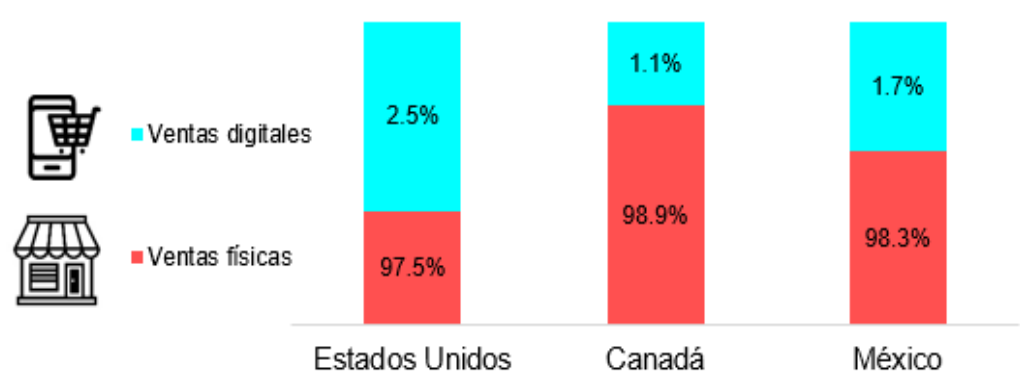
Las preparaciones infantiles a base de harina, sémola, almidón, fécula o extracto de malta (subpartida nacional 1901109100), fueron los únicos productos exportados hacia Norteamérica en 2022, a través de la aduana marítima del Callao, por la empresa Importadora y Exportadora Doña Isabel. Dichos productos fueron declarados como procedentes de la región Lima.

Tamaño del Mercado de Alimentos Orgánicos para Bebés en Norteamérica (Miles de Millones US\$)



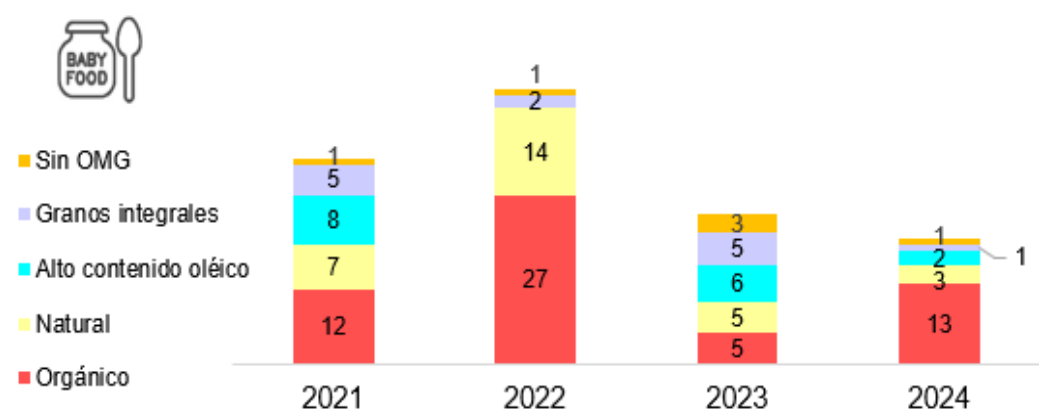
Fuente: Fortune Business Insights

Canales de Comercialización de Alimentos para Bebés en Norteamérica 2026* (Part. %)



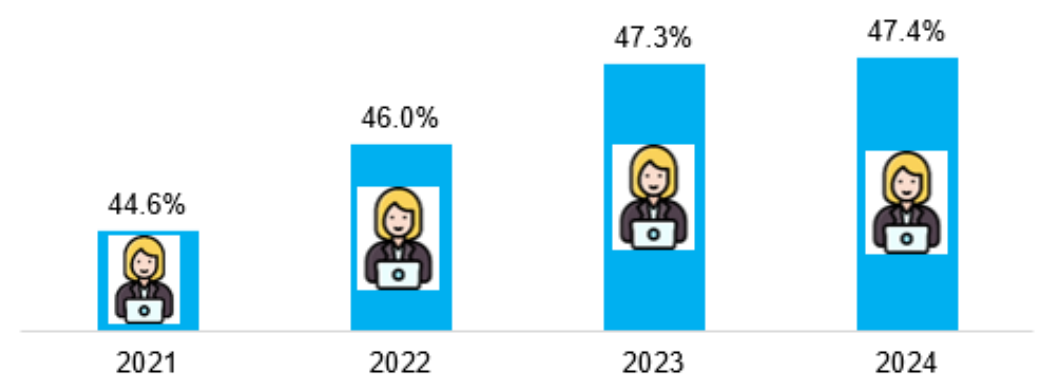
Fuente: Statista

Principales características promocionadas de Nuevos Lanzamientos de Snacks para Bebés en Canadá (n° veces promocionada en lanzamientos anuales)



Fuente: Mintel

Participación de la Fuerza Laboral Femenina en México (Part. %)



Fuente: The Global Economy

Tendencias

El mercado de alimentos para bebés en Norteamérica no crece tanto por el aumento de nacimientos (Estadísticas nacionales/ONU, 2024), sino por el mayor gasto por bebé, impulsado por padres más exigentes, preocupados por la salud, la seguridad alimentaria y la conveniencia de las marcas (Grand View Research, 2025).

A nivel de mercados, Estados Unidos es el mayor tamaño, además de ser competitivo e innovador, con fuerte presencia de Walmart, Target, Amazon, Whole Foods, entre otros. Canadá es más pequeño, pero con alto poder de compra y fuerte participación de supermercados, farmacias, tiendas de salud y comercio electrónico. México muestra oportunidad por urbanización, mayor fuerza laboral femenina, aumento de compras en supermercados, farmacias y crecimiento del e-commerce (Grand View Research, 2025 / IMARC, 2025).

1. Productos más saludables

La tendencia principal es el avance de productos orgánicos, naturales, con etiquetas limpias⁽⁵⁾, sin azúcar añadida, sin sal, sin conservantes y con ingredientes reconocibles. Los padres revisan más las etiquetas y desconfían de productos ultraprocesados o con demasiados mensajes promocionales del producto (Mintel, 2024).

Norteamérica dominó el mercado de alimentos orgánicos para bebés con una cuota del mercado mundial de 34.0% en 2025 (US\$ 2.9 mil millones). Se prevé que el mercado de alimentos orgánicos para bebés en Estados Unidos crezca significativamente, alcanzando un valor estimado de US\$ 2.6 mil millones en 2032, impulsado por la presencia de importantes actores del mercado y una fuerte preferencia por los productos alimenticios orgánicos (Fortune Business Insights, 2026).

2. Seguridad de alimentos

En Norteamérica, la seguridad de alimentos se ha vuelto un factor decisivo en los alimentos para bebés. Los padres quieren saber si el producto ha sido analizado por presencia de metales pesados como plomo, arsénico, cadmio o mercurio. En Estados Unidos, la FDA publicó una guía para la industria de los niveles de acción para plomo en alimentos procesados para bebés, lo que eleva la presión regulatoria y comercial sobre las marcas (Oficina de Responsabilidad Gubernamental de los Estados Unidos, 2025).

Casos de retiros por plomo, cromo y riesgos microbiológicos, como la fórmula ByHeart Whole Nutrition Infant Formula en Estados Unidos (2025), la fórmula Nestlé Good Start Soothe infant formula en Canadá (2023) y las fórmulas Similac, Alimentum y EleCare en México (2022) han reforzado la exigencia de productos con trazabilidad, análisis de laboratorio, control de metales pesados e inocuidad microbiológica comprobada (IMARC, 2025).

3. Productos de conveniencia

Otra tendencia fuerte es el crecimiento de formatos prácticos y listos para consumir, como purés en envases flexibles, snacks blandos, cereales fortificados, comidas preparadas, frutas liofilizadas y productos para llevar. Esto responde a padres con menos tiempo, mayor fuerza laboral femenina, familias urbanas y una mayor compra online (Grand View Research, 2025).

En conclusión, el crecimiento del sector responde principalmente a una mayor exigencia y gasto de los consumidores, más que al aumento de nacimientos. En este contexto, las oportunidades estarán en productos con ingredientes naturales, altos estándares de inocuidad y formatos prácticos para el consumo diario.

⁽⁵⁾ Alimentos elaborados con ingredientes claros, simples y fácilmente identificables por el consumidor.