

Consumo masivo crece 1.7 % y mantendrá alza hasta 2026, según NielsenIQ

El consumo masivo en Perú viene creciendo 1.7 % en volumen durante este 2025, según mediciones realizadas por la empresa de inteligencia NielsenIQ Perú.

Este avance del consumo masivo está liderado por los sectores de alimentos, confitería y productos de cuidado personal y del hogar.

Entre los principales impulsores se encuentran el aumento en la rotación de productos, presente en el 71% de las categorías en crecimiento; y una mayor disponibilidad en góndola, que favorece al 53%.

LEE TAMBIÉN

El consumo mejorará en el segundo semestre: ¿cómo rentabilizarlo?

Categorías

Alimentos crece 3.7% en volumen y 6.9% en valor; Confitería 4% en volumen y Cuidado personal avanza 2.5%, impulsados por un mejor surtido y rotación.

Por otro lado, la canasta de bebidas se mantiene como la más rezagada. Sin embargo, desde marzo muestra señales de recuperación sostenida.

Poder adquisitivo

Aunque el poder adquisitivo empiece a recuperarse, los consumidores peruanos mantienen una actitud más racional frente a sus decisiones de compra.

Muchos han adoptado marcas más accesibles durante los años de inflación, y han comprobado que cumplen sus expectativas.

“El consumidor aprendió a optimizar su gasto. Aunque hoy tenga más posibilidades, no necesariamente regresará a sus elecciones anteriores si ya encontró opciones que le funcionan”, agregó Lucanera.

Lima es, una vez más, el motor del consumo nacional, con crecimiento casi transversal en todas las canastas.

Las provincias también muestran recuperación, aunque con una dinámica más pausada.

Proyección

Con una proyección económica más estable -inflación controlada, mayor empleo y recuperación de ingresos-, NielsenIQ es optimista sobre el futuro.

Para la empresa, el consumo masivo continuará avanzando de manera sostenida durante el segundo semestre de 2025 y a lo largo del 2026.

Empero, indica que solo el 25 % de las categorías viene de crecer en 2024, por lo que no puede hablarse de un crecimiento sostenido.

“Hoy el 65% de las categorías logran crecer coyunturalmente y en general han sido categorías que han presentado innovaciones”, explicó Romina Lucanera, *Customer Success*

Manager de NielsenIQ Perú.



La categoría Alimentos lidera el crecimiento del consumo masivo en 2025.

LEE MÁS:

“Metas del gobierno en turismo dependen de que haya estabilidad económica, conectividad y sostenibilidad”

¿Sabes cuándo tus impuestos prescriben?

Mensaje presidencial: Seguimos sin cimientos para un mayor crecimiento