

Fecha 12.03.2026	Sección Activo	Página 12
----------------------------	--------------------------	---------------------

E-commerce, el futuro en agroalimentos



Los retos internacionales y de libre mercado exigen nuevas estrategias. Vivimos una rápida transformación económica, social y tecnológica que nos da el contexto perfecto para que el comercio electrónico en materia agroalimentaria continúe creciendo de forma constante, sin detenerse un segundo.

El canal online seguirá creciendo, pero el medio físico continuará siendo dominante con el 90% de las ventas, aproximadamente. El crecimiento del e-commerce estará en un 11% aproximadamente, con un mayor impulso entre 2026 y 2028.

Los tres mercados con mayor crecimiento online (Dinamarca, Francia y Suecia) superarán el 13%, mientras que mercados maduros como Reino Unido verán ralentizado su crecimiento.

En este escenario, el comercio electrónico agroalimentario en México se posiciona como uno de los sectores más dinámicos, impulsado por una penetración digital que se proyecta superará a la de Estados Unidos.

Y es que, el sector primario vive una transformación acelerada por la adopción de tecnología, el enfoque en sostenibilidad y la mayor demanda de productos saludables.

Los principales impulsores del crecimiento del comercio online:

- Volumen de población (especialmente mayores de 45 años)
- Ingreso medio por hogar
- Evolución tecnológica (volumen to-

tal de descargas de apps)

-Inversión en publicidad.

Aunque la comida representará el 70 % de los ingresos, las bebidas no alcohólicas destacan por volumen (+140 % por encima de la media) y los aceites y grasas por crecimiento (+2,7 puntos porcentuales de CAGR (*Compound Annual Growth Rate*)).

Además, la categoría de frutas y frutos secos será la de mayor crecimiento en ocho de los principales mercados europeos.

Para 2030, completar la cesta de la compra online será algo habitual para el consumidor europeo. El crecimiento sostenido, los cambios en el comportamiento del consumidor y los avances tecnológicos indican que el canal online aún tiene un amplio margen de desarrollo en los próximos años.

La evolución del sector de alimentación y bebidas pasa no solo por capturar el crecimiento online sino también por seguir potenciando las ventas del canal físico. Otorgar un nuevo enfoque y reimaginar por completo la experiencia de compra será clave para el éxito del sector, según datos de la prestigiosa firma *Deloitte*.

Es un gran nicho que México deberá explorar y potencializar, en beneficio de productores y consumidores

II FORO REGIONAL DEL SECTOR CAFETALERO EN MÉXICO

Recientemente se llevó a cabo en San Lázaro el Análisis y Perspectivas de la conformación de la Comisión Nacional para el Desarrollo de la Cafeti-

Continúa en siguiente hoja



Fecha	Sección	Página
12.03.2026	Activo	12

cultura. Este foro, dirigido a la creación de la comisión nacional, fue coordinado por el diputado federal, Alejandro Carvajal Hidalgo, un férreo impulsor del sector.

Ahí, además, participaron expertos cafetaleros y comercializadores como Alynne Aleph Velázquez, en capacitación e impartición de cursos sobre ca-

fé-barista, y Juana Rodríguez Gutiérrez, productora-comercializadora de Puebla, Dr. Cruz Alberto Uc Hernández, Presidente de la Federación de Colegios de Agrónomos de la República Mexicana, Mtro. Jorge Ignacio Luna Hernández, Presidente Municipal de Coatepec, Veracruz, así como la importante presencia de Diputados Federales, entre otros.

¡Felicidades!

- Especialistas del sector agropecuario.
Presidente del Colegio de Ingenieros Agroindustriales de México, A.C.
luiscuanalo@icloud.com
Instagram: @luiscuanalo