

Seminarios Miércoles del exportador
Tendencias y oportunidades para alimentos procesados hacia el mercado Europeo

Diana Iris Maraví Acosta

dmaravi@promperu.gob.pe

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Departamento de Inteligencia de Mercados
PROMPERÚ

Lima, 26 de noviembre del 2025

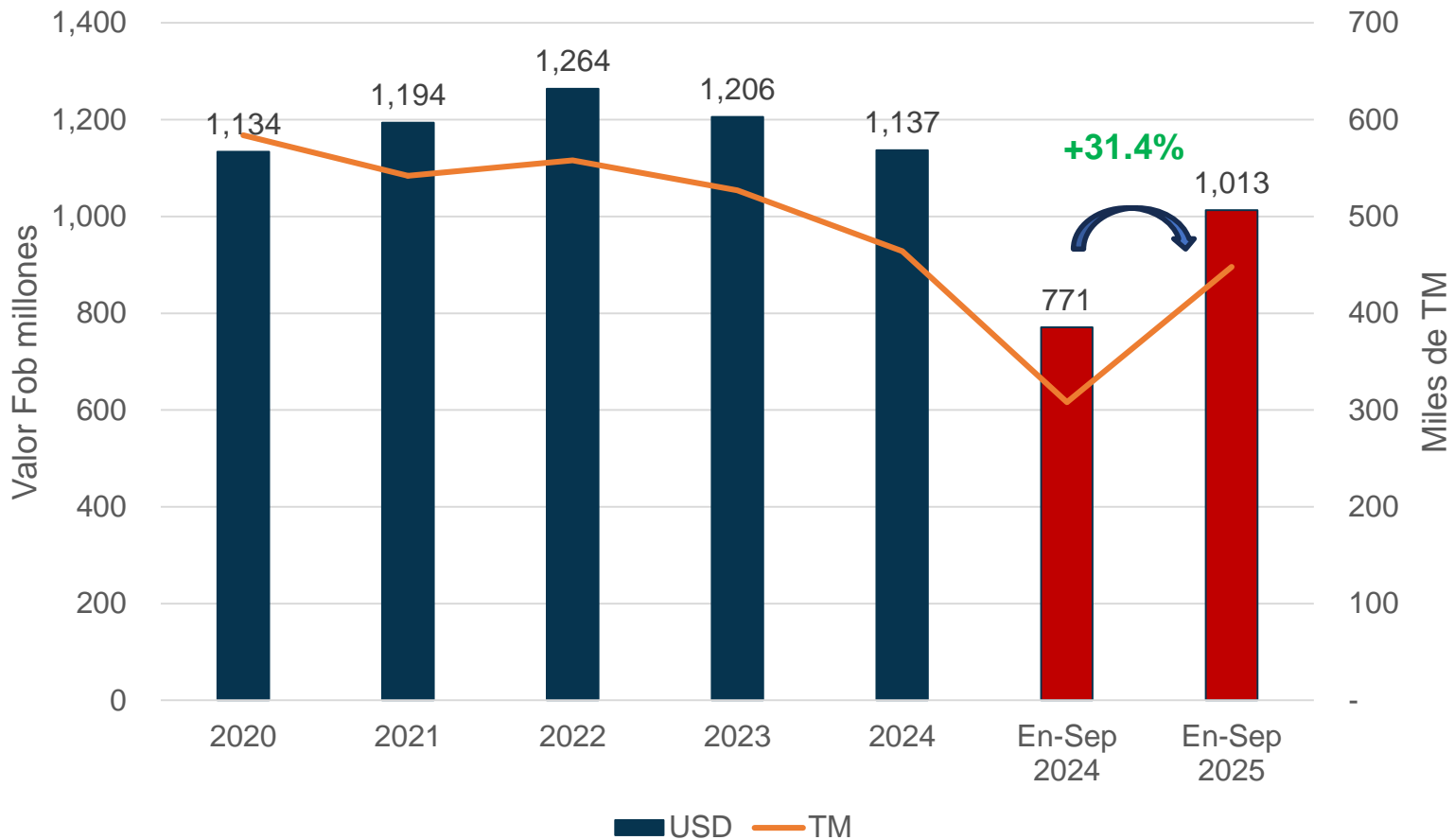


(CÁMARA
ENCENDIDA DEL
EXPOSITOR)
DEJAR ESTE
ESPACIO VACÍO
EN TODA SU
PRESENTACIÓN

1 Desempeño exportador



DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE ALIMENTOS PROCESADOS DESDE PERÚ AL MUNDO



Fuente: Sunat 2025

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA 2024



Preparaciones y Conservas de vegetales, frutas, y granos

- Participación del 35% en las exportaciones



Frutas, hortalizas y pulpas congeladas

- Participación del 30% en las exportaciones



Pastas, salsas y aderezos

- Participación del 8% en las exportaciones



Fuente: Sunat 2025

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA 2024



Jugos, aguas saborizadas

- Participación del 7% en las exportaciones



Nueces y granos

- Participación del 6% en las exportaciones



Harinas, extractos y polvos

- Participación del 3% en las exportaciones



- Harina de quinua

Fuente: Sunat 2025

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA 2024



Hierbas y especias

- Participación del 2% en las exportaciones



Frutas, hortalizas, tubérculos deshidratados

- Participación del 2% en las exportaciones



Snacks

- Participación del 1% en las exportaciones



- Camote snack

Fuente: Sunat 2025

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA 2024



Aceite de oliva y vegetales

- Participación del 1% en las exportaciones



Aceite de oliva, Sacha inchi, palta



Jarabe, jaleas y mermeladas

- Participación del 1% en las exportaciones

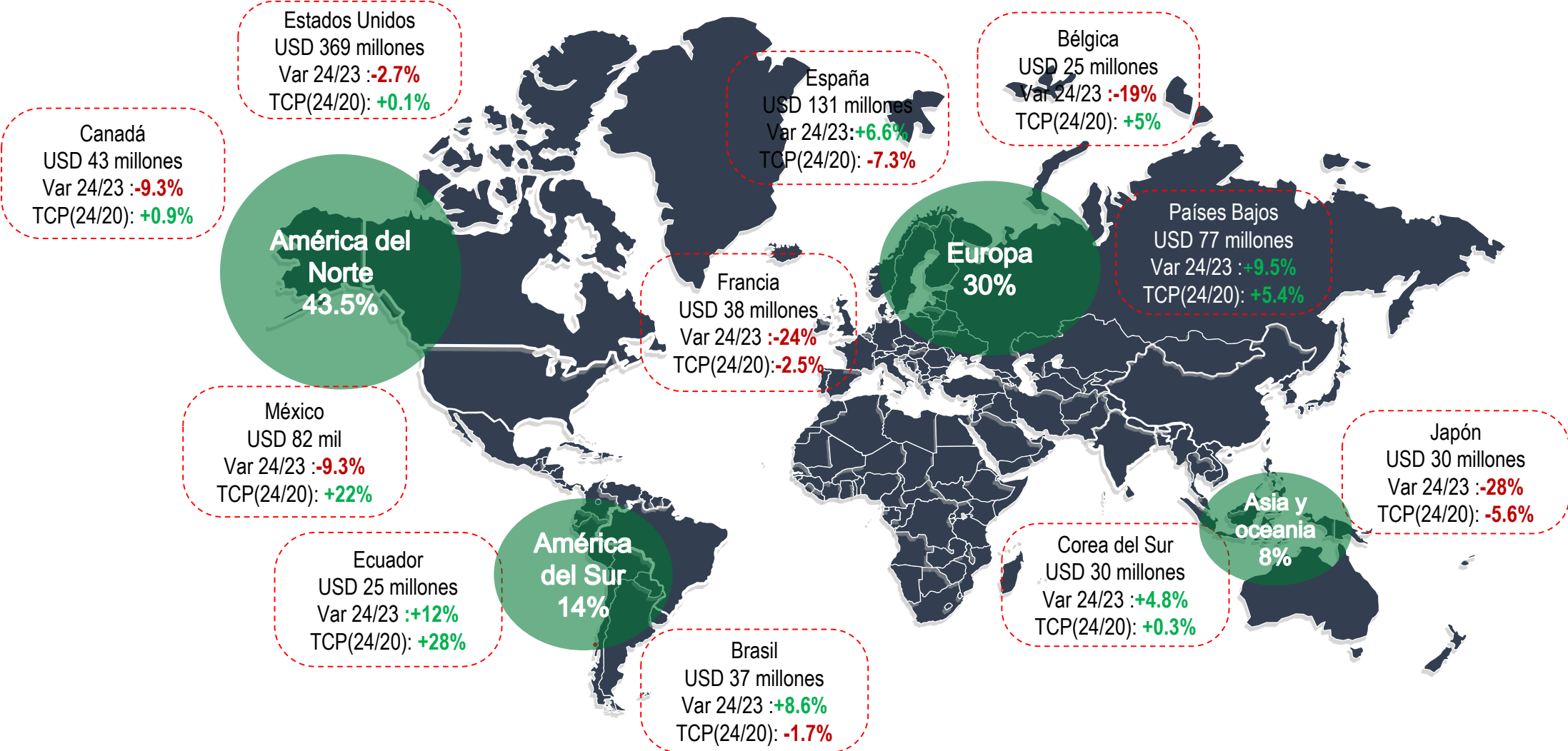


Jarabe yacón



Mermeladas

PARTICIPACIÓN POR MERCADO 2024



Fuente: Sunat 2025

2

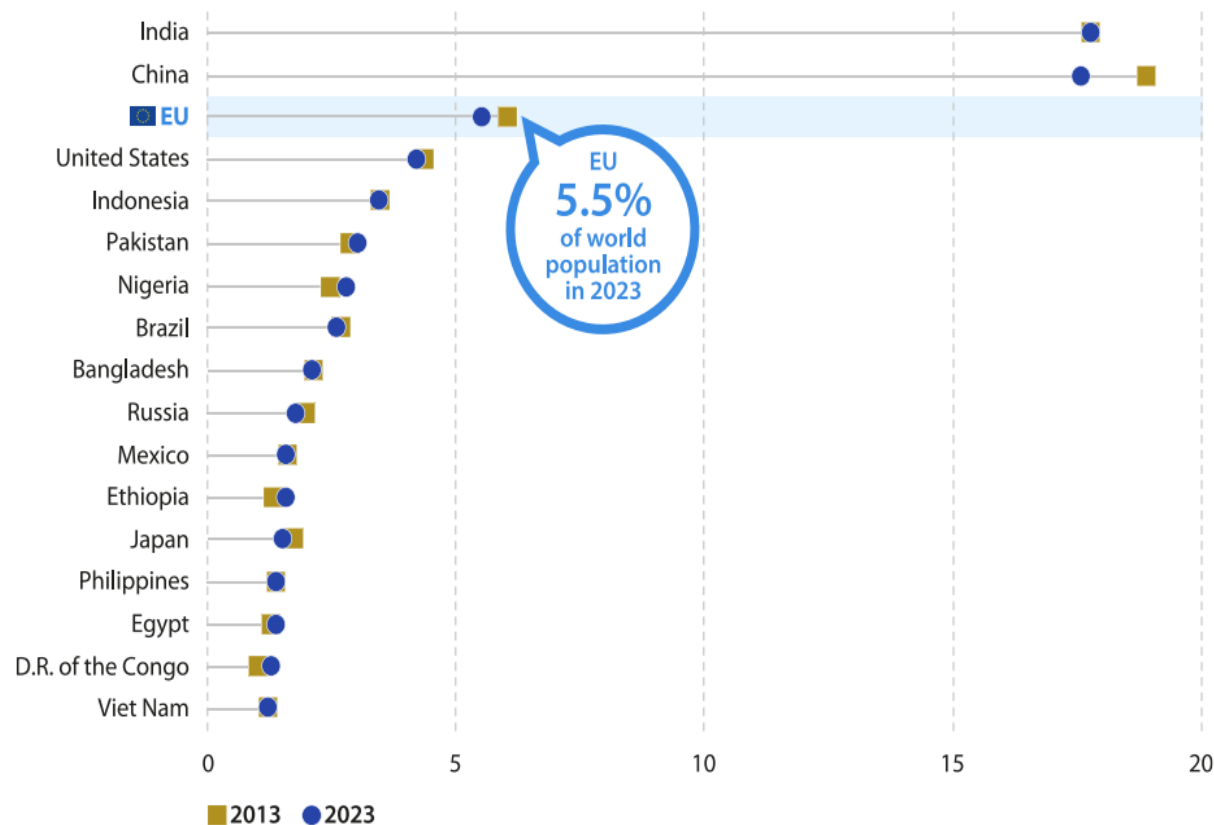
Mercado Europeo



DATOS DEMOGRÁFICOS

Population

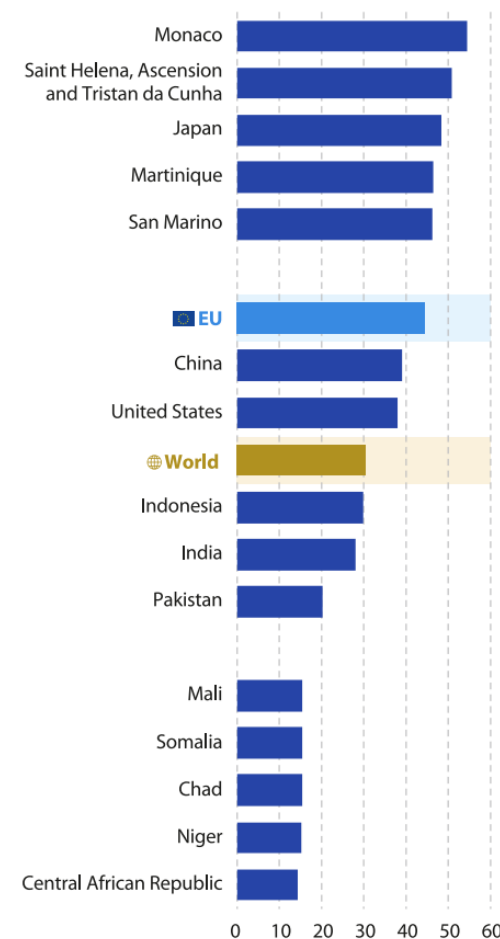
(% of world population, 2013 and 2023)



La población mundial en 2023 era de 8.090 millones de habitantes, frente a los 7.290 millones de 2013. La población de la UE era de 448 millones en 2023, lo que equivale al 5,5 % del total mundial.

Median age

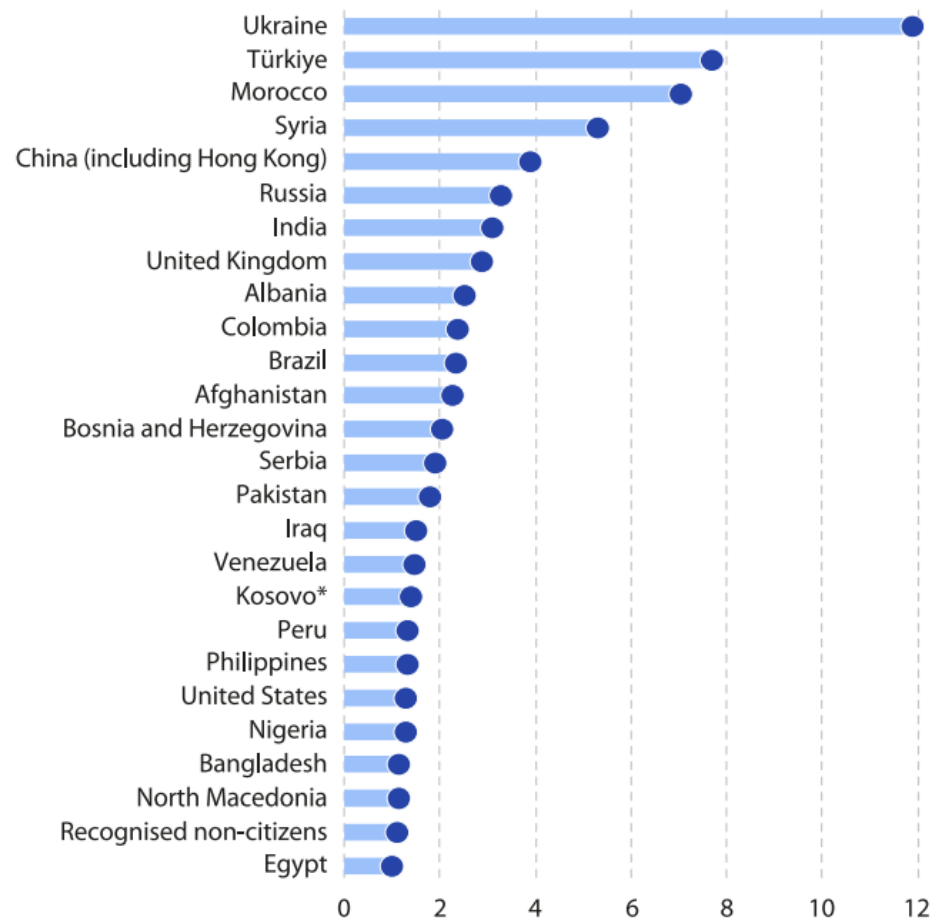
(years, 2023)



La edad media de la población de la UE fue de 44,5 años en 2023, casi un 50 % superior a la media mundial de 30,4 años. Entre los cinco países más poblados del mundo, la edad media osciló entre los 20,3 años en Pakistán y los 39,1 años en China. En 2023, Mónaco (Europa) y Santa Elena, Ascensión y Tristán da Cunha (África Occidental) tuvieron las edades medias más altas del mundo, con 54,5 y 50,9 años, respectivamente. Entre los cinco países con las edades medias más altas, Japón (48,4 años) destacó como el único con una gran población. Sin embargo, Italia se situaría entre los 5 primeros si se consideraran los países de la UE individualmente (en lugar de como parte de ella). En el otro extremo, los 5 últimos países con las medianas de edad más bajas se encontraban en África. La República Centroafricana tuvo la mediana de edad más baja, con 14,3 años.

Fuente: Eurostat 2025

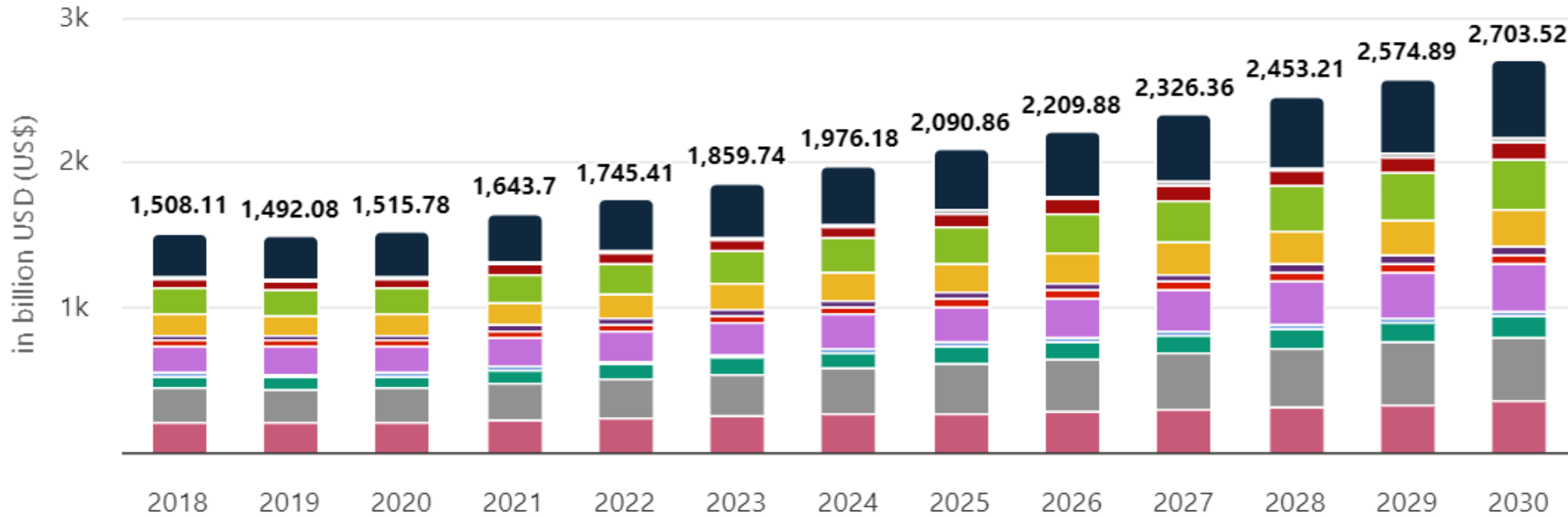
PAÍS DE CIUDADANÍA DE LOS CIUDADANOS NO PERTENECIENTES A LA UE QUE VIVEN EN LA UE



En 2023, había 25 nacionalidades no pertenecientes a la UE que representaban al menos el 1,0 % de todos los ciudadanos no pertenecientes a la UE residentes en la UE, al igual que los no ciudadanos reconocidos; en conjunto, representaban el 74,7 % de todos los ciudadanos no pertenecientes a la UE residentes en la UE. Las comunidades más numerosas de personas residentes en la UE que no eran ciudadanos de un país de la UE eran la ucraniana (11,9 %), la turca (7,7 %), la marroquí (7,1 %) y la siria (5,3 %), mientras que la china (incluido Hong Kong) y la rusa representaban el 3,9 % y el 3,3 %, respectivamente, del total.

Fuente: Eurostat 2025

INGRESOS POR VENTAS EN ALIMENTOS EN EUROPA



Ingresos: 2030

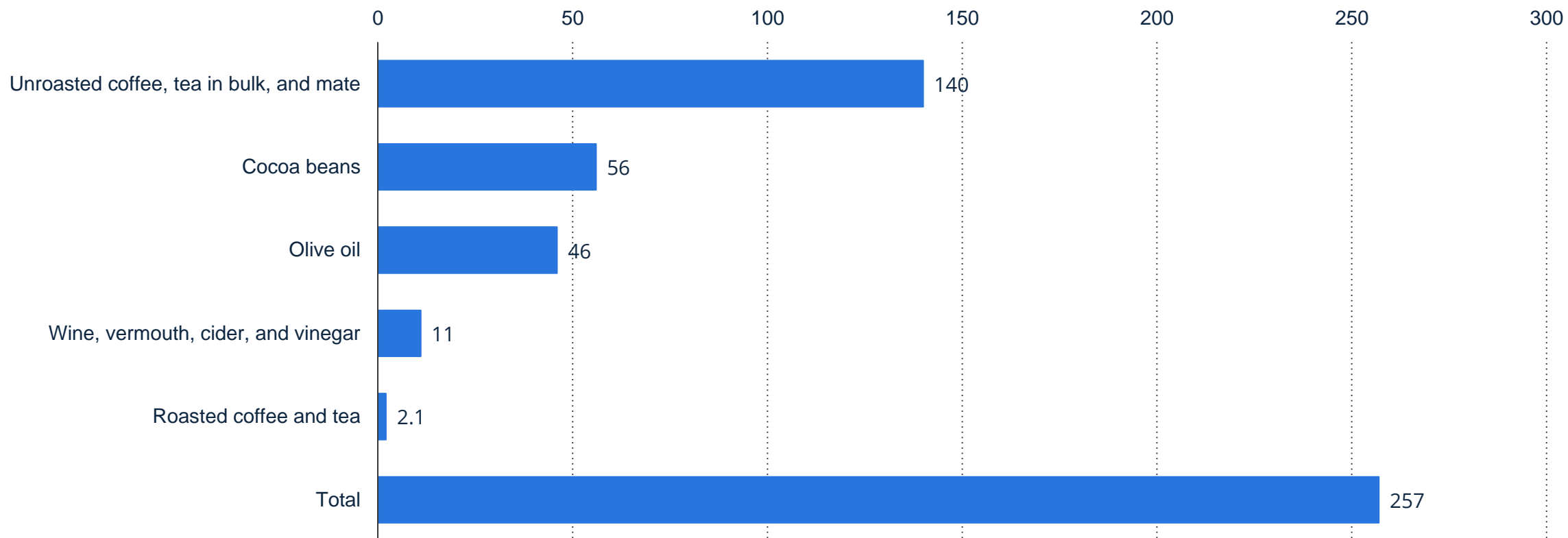
Carne	543.29
Comida para bebés	25.99
Comida de conveniencia	117.8
Verduras	339.53
Frutas y nueces	251.91
Salsas y especias	60.26
Aceites y grasas	73.28
Productos de pan y cereales	321.62
Untables y edulcorantes	34.7
Pescado y mariscos	144.27
Productos lácteos y huevos	444.12
Confitería y Snacks	346.75

- Total
- Meat
- Baby Food
- Convenience Food
- Vegetables
- Fruits & Nuts
- Sauces & Spices
- Oils & Fats
- Bread & Cereal Products
- Spreads & Sweeteners
- Fish & Seafood
- Dairy Products & Eggs
- Confectionery & Snacks

Fuente: Statista 2025

VOLUMEN DE IMPORTACIÓN DE CULTIVOS PERMANENTES ORGÁNICOS (EXCLUIDAS FRUTAS Y FRUTOS SECOS) EN LA UE EN 2023, POR TIPO (EN MILES DE TONELADAS)

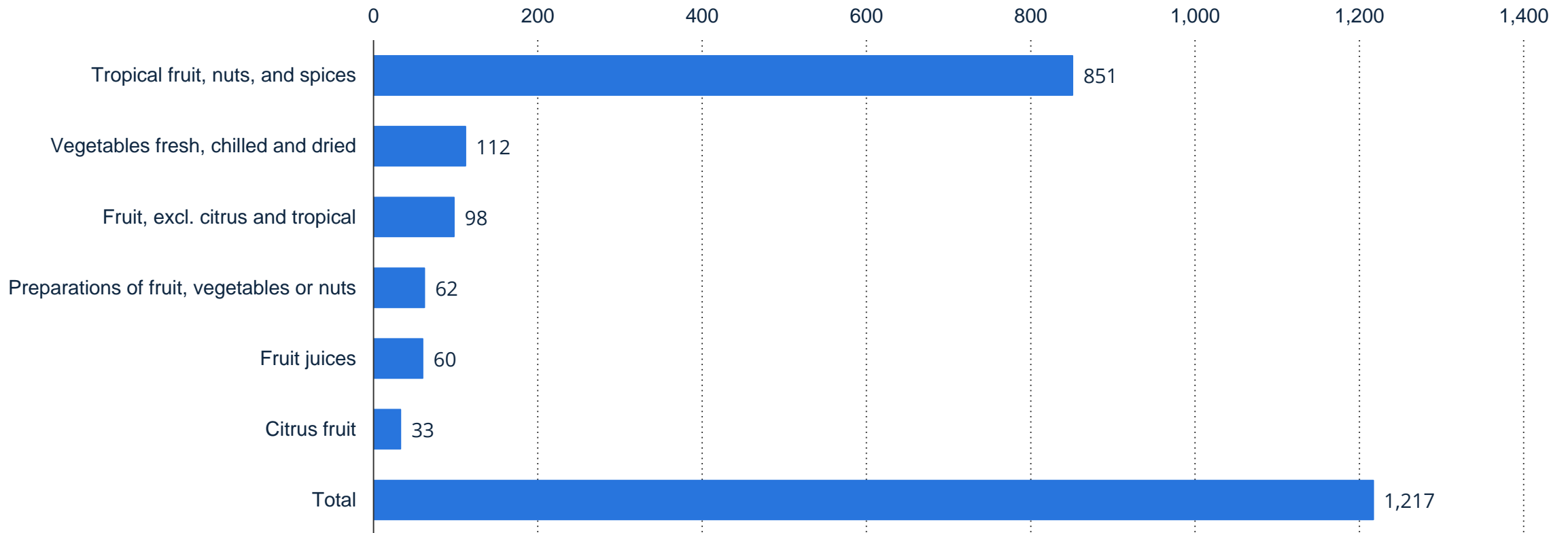
Volumen de importación en miles de toneladas



Fuente: Statista 2025

VOLUMEN DE IMPORTACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS ECOLÓGICAS EN LA UE EN 2023, POR TIPO (EN MILES DE TONELADAS)

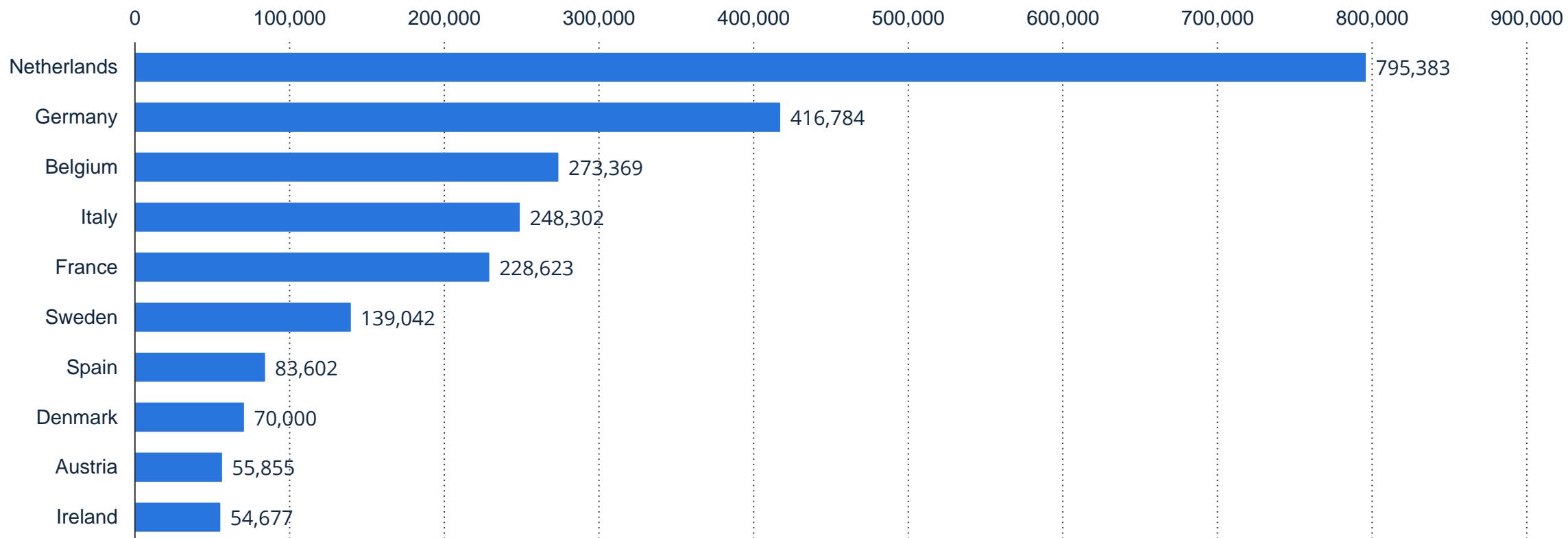
Volumen de importación en miles de toneladas



Fuente: Statista 2025

PRINCIPALES IMPORTADORES DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS ECOLÓGICOS EN LA UE EN 2023 (EN TONELADAS MÉTRICAS)

Volumen de importación en toneladas métricas



Fuente: Statista 2025



Tendencias



TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS



Nutrition Facts
Serving Size 5 olives (15g)
Servings Per Container About 2

Amount Per Serving	
Calories 25	Calories from fat 25
% Daily Value*	
Total Fat 2.5g	4%
Saturated Fat 0.5g	3%
Trans Fat 0g	
Polyunsaturated Fat 0g	
Monounsaturated Fat 2g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 210mg	9%
Total Carbohydrate 0g	0%
Protein 0g	

Not a significant source of dietary fiber, sugars, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.

- ✓ **Gluten Free**
- ✓ **Sugar Free**
- ✓ **Cholesterol Free**
- ✓ **Trans-fat Free**
- ✓ **Non-GMO**
- ✓ **Vegan**

Conveniencia, asequibilidad, simples y fácil acceso



Sabores premium, novedosos



Creciente demanda de frutas tropicales ó exóticas

Fuente: Mordor Intelligence 2025

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Sin organismos genéticamente modificados (OGM)



Latas sin revestimiento de BPA

Transparencia y envase de vidrio



Presentaciones premium y gourmet

Alcachofas a la Brasa Mariangela Prunotto Pack 3 unidades x 320g

Alcachofas ala Brasa Mariangela Prunotto son Alcachofas a la brasa, elaboradas en época de recolección. Alcachofas (escaldadas con agua y una pequeña porción de vinagre) a la brasa y conservadas en aceite extra virgen de oliva.

Fuente: Mordor Intelligence 2025

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Experiencia sensorial, nutrición y orgánico

- ❖ El auge de las prácticas culinarias caseras incrementa la utilización del aceite de oliva.
- ❖ Las empresas se centran cada vez más en la calidad, la trazabilidad y la certificación orgánica
- ❖ Las innovaciones en las tecnologías de proceso
- ❖ Concienciación sobre los beneficios para la salud (Low Fat y Low calories, antioxidantes, alto contenido de polifenoles)
- ❖ Aceite de oliva aromatizado y fortificado y de Origen



Fuente: Mordor Intelligence 2025

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Experiencia sensorial, nutrición y orgánico



Aceite frutado muy intenso de aceitunas verdes, muy complejo, con descriptores verdes de tomate, plátano, manzana, alloza y hierbas aromáticas. De entrada, dulce en boca y amargo y picante de intensidad media.



Frutado muy intenso de aceitunas verdes, con notas de hierba, hoja, alloza, alcachofa y tomatera y otros frutos verdes como plátano, manzana y cítricos. En boca es de entrada ligeramente dulce y amargo y picante de intensidad media-alta. Es un aceite almendrado, complejo y equilibrado.



Aceite frutado intenso de aceitunas con notas maduras de pera, manzana, plátano y almendra. Se perciben notas de frutos secos, canela, vainilla y hierbas aromáticas como hinojo. Es almendrado y dulce en boca con amargo y picante ligeros. Equilibrado y armónico.

Fuente: Mordor Intelligence 2025

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Inclusión de las legumbres en diferentes desarrollos alimenticios

Aumento de la popularidad de las harinas a base de legumbres, las cuales son ricas en fibra y proteínas. Estas harinas sin gluten representan una excelente alternativa para los consumidores con intolerancia a los productos derivados de cereales.



Harina de tarwi de 100
gramos

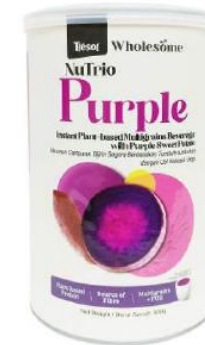
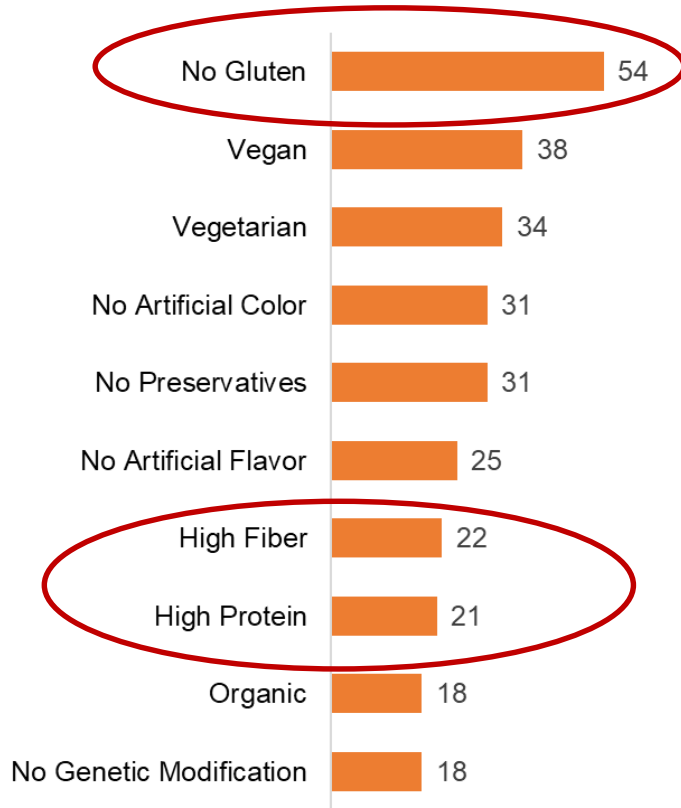


Harina de habas de 750
gramos



Harina de habas de 360
gramos

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS



Fuente: Mordor Intelligence 2025

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Dietas plant-based, aumento del consumo flexitariano, vegano y vegetariano

Se proyecta que el sector de alimentos y bebidas plant-based a nivel mundial crezca de USD 57 700 millones en el 2024 a USD 69 500 millones de dólares en 2029, alcanzando CARG DE 3,8%



Habas orgánicas en conserva de 215 gramos
Francia: € 3.25
USD 3.64



Crema de habas de 180 gramos
Francia: € 13.83
USD 15.47



Pallares Orgánicos Enlatados 400 gramos
Reino Unido: £ 4.86
USD 6.46

TENDENCIAS EN ALIMENTOS PROCESADOS

Alto consumo de snacks a base de legumbres

Están disponibles en el mercado como productos listos para comer a los que se les pueden añadir otros ingredientes para diversificar su sabor y ampliar la variedad de opciones.



Fuente: <https://www.anacondafoods.com/>

ESTUDIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS BELGICA



Etiquetado

El nombre con el que se vende el producto.

- El peso neto de los productos preenvasados.
- La fecha de durabilidad mínima.
- Cualquier condición especial de conservación o uso.
- El nombre o razón social y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido en la UE.
- Marcado de lote en producto preenvasado con el marcado precedido por la letra 'L'
- Valor energético.
- Las cantidades de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal.

NUTRI-SCORE



- Menos envase
- Envase ecológico.
- Menos desperdicio de la comida.
- Producción ecológica.
- Comercio justo
- Compra local

Fuente: Promperu 2021

ESTUDIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS BELGICA

Precocinados y superfood fit, fáciles de preparar

Vegano, sin gluten

Orgánico



Fuente: Promperu 2021

ESTUDIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS POLONIA

Mango y maracuyá en la industria alimentaria



ESTUDIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS POLONIA

Precocinados y superfood fit, fáciles de preparar

Vegano, sin gluten

Orgánico



Fuente: Promperu 2021

4 Oportunidades



¿QUÉ PAÍSES EUROPEOS OFRECEN MÁS OPORTUNIDADES PARA LAS FRUTAS Y VERDURAS EN CONSERVA?



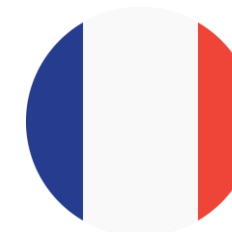
Alemania

- ❖ Principal importador europeo de frutas y verduras en conserva.
- ❖ Volumen de importación +1,86 millones de toneladas
- ❖ El crecimiento medio fue ligeramente positivo, del 2,4 %.
- ❖ En valor, las importaciones +9 % de media, alcanzando más de los 2.890 millones de euros
- ❖ Verduras enlatadas y las mezclas de verduras, tienen una participación alrededor del 10 % del volumen total importado
- ❖ La demanda de frutas enlatadas se está desplazando hacia el segmento de congelados
- ❖ Aceituna, piña, pera, melocotones y las verduras encurtidas son populares.



Reino Unido

- ❖ Importa menos que Alemania, sin embargo el volumen aumentó un 4,4 % anual entre 2018 y 2022, alcanzando más de los 1,17 millones de toneladas. En el mismo período, el valor de las importaciones aumentó un 12,2 % anual, alcanzando más de los 1.890 millones de euros.
- ❖ Alrededor del 20 % de los consumidores prevén comprar menos alimentos refrigerados durante el próximo año.
- ❖ Iniciativas para impulsar el consumo como sitios web de recetas como [Canned Food Recipes](#)
- ❖ Las ventas de fruta enlatada de marca propia representaron el 41 % del mercado.
- ❖ El mercado británico ofrece un gran potencial para los exportadores de verduras enlatadas destinadas a la cocina asiática
- ❖ Cítricos y mandarinas en conserva, Piña en conserva, las verduras encurtidas son populares.



Francia

- ❖ Tercer mayor importador de Europa, más de 1,1 millones toneladas.
- ❖ El mercado también acoge con satisfacción las innovaciones en la presentación y el envasado de las frutas y verduras en conserva.
- ❖ Aproximadamente dos tercios de las verduras en conserva y congeladas en Francia son importadas.
- ❖ En cuanto a las verduras en conserva, el mercado francés está experimentando un impulso hacia una mayor producción local, según un [informe de Euromonitor de enero de 2024](#). Sin embargo, los desafíos en la producción nacional implican que las importaciones seguirán desempeñando un papel importante.
- ❖ Productos demandados: aceitunas, frijoles, tomates, champiñones, verduras enlatadas y sus mezclas.

Fuente: CBI 2024

OPORTUNIDADES PARA HORTALIZAS Y FRUTAS CONGELADAS



Dinamarca

- ❖ Elevado poder adquisitivo medio
- ❖ Sostenibilidad: Preocupación por el medioambiente y promueven una producción sostenible
- ❖ Grupo etario que consume productos congelados es de 35-55 años
- ❖ Demandan: palta, arándanos, mangos, camote, frutos del género capsicum.
- ❖ Sin embargo se pudo encontrar en el mercado presencia de granada, pulpa de maracuyá, alcachofas, maíz
- ❖ Principal canales de comercialización: Horeca y Supermercados. Existen dos grandes grupos: Coop y Saling Group
- ❖ Competencia en el mercado: Polonia, Bélgica, Hungría, España, Chile.
- ❖ Perú tiene una gran ventaja competitiva en productos tropicales, la estacionalidad



Suecia

- ❖ Elevado poder adquisitivo medio
- ❖ Sostenibilidad: Preocupación por el medioambiente y promueven una producción sostenible
- ❖ La población sueca aprecia que estos alimentos estén correctamente etiquetados. La sostenibilidad y la transparencia de información son factores claves.
- ❖ Variedad de oferta: aumenta el consumo de frutas tropicales importadas, como la banana
- ❖ Los más demandados en congelados son los arándanos y bayas para la producción de helados, batidos y yogures.
- ❖ La hostelería, como restaurantes y cafeterías, demandan los productos congelados por su sabor y disponibilidad durante todo el año.
- ❖ Se pudo encontrar presencia en el mercado de arándano, palta, mango, granada, pulpa maracuyá, camote, alcachofa, frutos del género capsicum, maíz
- ❖ Principal canales de comercialización: Horeca y Supermercados. Existen dos grandes grupos: Coop e ICA
- ❖ Competencia: Polonia, Bélgica, Hungría, España, Chile, Turquía, Indonesia y Vietnam. Competencia local en arándanos congelados
- ❖ País estratégico que puede servir como entrada a productos peruanos al resto de países nórdicos.

Fuente: Estudio Promperú

OPORTUNIDADES PARA HORTALIZAS Y FRUTAS CONGELADAS



Polonia

- ❖ Buena percepción de producto peruano, ante todo su calidad.
- ❖ Experiencia con compra de productos peruanos (pero poca compra directa).
- ❖ Oferta de productos no disponibles en Europa (maracuyá, palta, mango).
- ❖ Poco conocimiento de oferta peruana.
- ❖ Desconocimiento total de chirimoya congelado.
- ❖ Fuerte industria de alimentos congelados con exportación.
- ❖ Gran potencial de industria de procesado de productos alimenticios.
- ❖ Gran potencial de mercado, consumidores con creciente nivel de vida.
- ❖ Aumento de consumo de productos vegetales, platos precocinados congelados, productos fit y superfood, productos orgánicos.
- ❖ Otras temporadas de cosecha de productos fabricados
- ❖ Bien desarrolladas las cadenas de distribución de productos alimenticios.
- ❖ Clima inestable y temporadas de mala cosecha en Polonia
- ❖ Creciente demanda de mango congelado, interés por pulpa de maracuyá congelada. Gran consumo interno y exportación de fresas congeladas y arándanos congelados.
- ❖ Demanda de espárrago congelado para el mercado alemán.



Bélgica

- ❖ Buena percepción de producto peruano.
- ❖ Tiene un crecimiento constante en sus importaciones de productos congelados TCP(7%) en valor y 6% en volumen
- ❖ Perú se encuentra como su 3er socio comercial (9.5%) en sus importaciones
- ❖ Experiencia con compra de productos peruanos (incluida compra directa).
- ❖ Oferta de productos no disponibles en Europa (maracuyá, palta, mango).
- ❖ Demanda de productos :frambuesas, fresas congeladas, piña congelada, mezcla de berries
- ❖ Grandes capacidades de reexportación y gran cadena de distribución a otros mercados europeos.
- ❖ Consumidor belga menos sensible a precio y con relativamente altos gastos en productos alimenticios y servicios de gastronomía.
- ❖ Tendencias de consumo: aumento de consumo de productos vegetales, platos precocinados congelados, productos fit y superfood, productos orgánicos.
- ❖ El consumo está impulsado por la industria de alimentos procesados (yogures, helados, repostería) y por el auge de los snacks saludables.
- ❖ Desarrollo del sector de gastronomía de alta calidad.
- ❖ Aprovechar otras temporadas de cosecha de producto cultivado localmente que en Perú.
- ❖ Importante puerto de entrada a la UE (Amberes).
- ❖ Tendencia de comprar productos alimenticios en los países vecinos (Francia, Países Bajos, Alemania) buscando precios mas bajos.

Fuente: Estudio Promperú

¿QUÉ PAÍSES EUROPEOS OFRECEN MÁS OPORTUNIDADES PARA LAS FRUTAS Y TROPICALES DESHIDRATADAS?



Alemania

- ❖ Tercer mayor importador europeo de frutas tropicales deshidratadas, pero el segundo mayor consumidor. El mango y plátano deshidratado sin azúcar añadida ha experimentado crecimiento elevado, antes se vendían en tiendas especializadas, pero ahora se vende en Aldi o Lidl.
- ❖ Un segmento de mercado que ofrece oportunidades específicas para los proveedores de fruta tropical deshidratada es el de las barras de fruta. Cada vez se lanzan más barras de fruta que contienen fruta tropical deshidratada. Algunos ejemplos son [Lubs](#), [Alnatura](#) y [DM](#)
- ❖ Consumen: Dátiles, albaricoques, higos, bayas, pasas, manzanas, plátanos, mango, piña, ciruela, papaya



Reino Unido

- ❖ Mayor importador y mercado europeo de frutas tropicales deshidratadas.
- ❖ Se estima que el consumo total ronda las 5.000 toneladas.
- ❖ Las mayores cantidades corresponden a mangos y tamarindos deshidratados consumido por la diáspora India, Pakistani.
- ❖ Se utilizan cada vez más como ingrediente en cereales para el desayuno y barras de fruta.
- ❖ Otras frutas demandadas: chips de plátano, piñas secas.
- ❖ Las mayores cuotas de mercado las poseen las marcas blancas de cadenas minoristas como [Tesco](#), [Sainsbury's](#), [ASDA](#) y [Morrisons](#)
- ❖ Las cadenas minoristas suelen abastecerse a través de envasadores locales y empresas de marcas europeas,



Francia

- ❖ Mercado de mayor crecimiento para las frutas tropicales deshidratadas, con una tasa de crecimiento estimada del 15 % anual en los últimos cinco años.
- ❖ Las marcas blancas de grandes minoristas (como Carrefour o Auchan) tienen un fuerte volumen de ventas.
- ❖ Marcas con mayor presencia en el segmento orgánico son [Juste Bio](#) y [Daco Bello](#)
- ❖ Francia importa gran cantidad de fruta tropical deshidratada a través de los Países Bajos, pero cada vez más empresas la obtienen directamente de los países productores. Estas empresas invierten en el abastecimiento ético y se esfuerzan por ayudar a las comunidades locales de los países en desarrollo. Ejemplos de estas empresas son [Agro Sourcing](#) y [Direct Producteurs Fruits Secs](#) .}
- ❖ Consumo: Dátiles, albaricoques, higos, bayas, pasas.
- ❖ El mercado de frutas y verduras deshidratadas en Francia alcanzó un valor estimado de USD 1,21 mil millones en 2024, con una proyección de crecimiento anual del 7,7% hasta 2035

Fuente: CBI 2024