



INFORME DE MERCADO
para frutas tropicales frescas en
Alemania

Promperú, 2026

**Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
Subdirección de Inteligencia de Inteligencia y Prospectiva Comercial
Departamento de Inteligencia de Mercados**

Coordinador: Franck Pucutay

Elaborado por: Manuel Zegarra

Diseño de portada y contraportada: Promperú

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos

INDICE DEL INFORME PRODUCTO – MERCADO

1. Descripción de producto
2. Tamaño de mercado
3. Análisis de la Demanda
4. Presentaciones y precios
5. Requisitos de Acceso al Mercado
6. Canales de distribución
7. Contactos de Interés

1. Descripción del producto

Las frutas tropicales de la partida arancelaria 081090 comprenden un grupo diverso de frutas frescas no incluidas en otras categorías específicas del capítulo 08 del Sistema Armonizado. Perú produce y exporta varias especies de esta categoría, destacando por su valor nutricional, características organolépticas únicas y creciente demanda en mercados internacionales.

Origen y distribución

Las frutas tropicales de la partida 081090 cultivadas en Perú tienen orígenes diversos en las regiones tropicales y subtropicales de América. La pitahaya (género *Hylocereus* y *Selenicereus*) es originaria de México y Centroamérica, introducida posteriormente a América del Sur. La granadilla (*Passiflora ligularis*) es nativa de Perú, con vestigios de consumo que datan de más de 1 200 años A.C., desarrollándose naturalmente en los Andes tropicales. La chirimoya (*Annona cherimola*) es originaria de los valles interandinos de Perú, Ecuador y Colombia. El maracuyá (*Passiflora edulis*) procede de la región amazónica de América del Sur. La uchuva (*Physalis peruviana*) es originaria de los Andes sudamericanos, específicamente de Perú, Ecuador y Colombia.

Partida arancelaria y subpartidas

Tabla 01: Perú - Partidas Arancelarias de Frutas Tropicales 081090

Partida/Subpartida	Descripción
08.10	Las demás frutas u otros frutos, frescos
0810.90	Los demás
0810.90.10.00	Granadilla, maracuyá (parchita) y demás frutas de la pasión (<i>Passiflora</i> spp.)
0810.90.20.00	Chirimoya, guanábana y demás anonas (<i>Annona</i> spp.)
0810.90.40.00	Pitahayas (<i>Cereus</i> spp.)
0810.90.50.00	Uchuvas (aguaymanto, uvillas) (<i>Physalis peruviana</i>)
0810.90.90.00	Los demás

Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERÚ

Principales frutas peruanas de la partida 081090

Pitahaya (Fruta del Dragón)

La pitahaya es un fruto de cactáceas epífitas de los géneros *Hylocereus* y *Selenicereus*. Presenta tallos triangulares que pueden alcanzar hasta 6 metros de longitud, con flores nocturnas grandes y fragantes de hasta 36 cm de diámetro. El fruto es una baya carnosa oblonga con escamas, de piel roja o amarilla según la variedad. Las principales variedades comerciales son: pitahaya roja de pulpa blanca (*Hylocereus undatus*), pitahaya roja de pulpa roja (*Hylocereus costaricensis*), y

pitahaya amarilla de pulpa blanca (*Selenicereus megalanthus*), siendo esta última la más dulce y exclusiva.

En Perú se cultiva principalmente en las regiones de Amazonas (Bongará, Rodríguez de Mendoza), San Martín (Rioja, Tocache, Moyobamba), Piura, Lambayeque (Olmos), Junín (Chanchamayo) y Lima (Huaral, Cañete). El área total estimada supera las 680 hectáreas con rendimientos de 10-16 toneladas por hectárea.

Granadilla

La granadilla (*Passiflora ligularis*) es una pasiflorácea nativa de Perú, cultivada tradicionalmente en 18 regiones del país por agricultura familiar. Se desarrolla en suelos de fertilidad media con buen drenaje, en ambientes con biotemperatura anual mínima de 17°C y máxima de 25°C. El fruto se cosecha entre 7 y 10 meses después de la siembra, cuando la piel cambia de verde-amarilla a naranja-amarilla.

Las principales regiones productoras son Pasco (39,5% de la producción nacional con 15 121 toneladas entre enero-agosto 2020), Junín (19,8 % con 7592 toneladas), Amazonas (13,3 % con 5086 toneladas), Huánuco (5 % con 1911 toneladas), La Libertad (5,2 %), Cajamarca (5,0 %) y Cusco (3,6 %). En Oxapampa (Pasco), el cultivo se realiza mayoritariamente en parcelas de 1,5 hectáreas bajo sistema de espaldera, adoptado desde el año 2000, sustituyendo el sistema tradicional asociado con pacay.

Maracuyá (Fruta de la Pasión)

El maracuyá (*Passiflora edulis*) es una pasiflorácea originaria de la Amazonía sudamericana. Presenta dos variedades principales: maracuyá amarillo (*P. edulis* forma *flavicarpa*) de mayor tamaño y acidez, preferido para industria; y maracuyá morado (*P. edulis* forma *edulis*) de fruto más pequeño, dulce y aromático, preferido para consumo fresco.

Uchuva (Aguaymanto)

La uchuva (*Physalis peruviana*) es una solanácea nativa de los Andes sudamericanos. Produce pequeños frutos esféricos de 1,25-2,5 cm de diámetro, envueltos en un cáliz membranoso que forma una cápsula protectora característica. La fruta madura presenta color amarillo-naranja intenso, sabor agridulce y alto contenido de vitaminas A y C. Si bien Colombia es el principal exportador mundial de uchuva, Perú cultiva esta fruta en regiones altoandinas y tiene potencial de desarrollo exportador.

Chirimoya y Guanábana

La chirimoya (*Annona cherimola*) es originaria de los valles interandinos de Perú, Ecuador y Colombia. Perú produce chirimoya principalmente entre enero y agosto. En 2008, las exportaciones peruanas de chirimoya se dirigieron principalmente a Francia (88,72 %), Países Bajos (10,42 %) y Alemania (0,85 %). La guanábana (*Annona muricata*) es otra anonácea tropical cultivada en regiones cálidas de Perú con potencial exportador hacia Europa.

Características generales

Las frutas tropicales de la partida 081090 cultivadas en Perú presentan características botánicas diversas, pero comparten adaptación a climas tropicales y subtropicales. Son cultivos perennes o semiperennes que inician producción entre 8 meses y 2 años después de la siembra, con vida productiva de 3-10 años según la especie. Requieren temperaturas medias anuales entre 18-28°C, precipitación anual de 800-2500 mm, y altitudes variables desde nivel del mar hasta 3000 msnm según la especie.

Estas frutas se caracterizan por su alto contenido de agua (80-90 %), bajo aporte calórico (40-80 kcal/100g), y presencia significativa de vitaminas (especialmente C, A y complejo B), minerales (fósforo, calcio, hierro, potasio) y compuestos bioactivos como antioxidantes y fibra dietética.

Beneficios nutricionales y funcionales

Las frutas tropicales de la partida 081090 aportan múltiples beneficios para la salud humana. La pitahaya contiene 50-60 kcal/100g, es rica en vitamina C (8-25 mg/100g, representando 30-40 % de las necesidades diarias), calcio (10 mg), hierro (1,3 mg), fósforo (26 mg) y fibra dietética (0,4-3 g). Sus mucílagos y fibra soluble ejercen efecto prebiótico, mientras que sus antioxidantes (vitamina C, betalaínas, fenoles) protegen contra el estrés oxidativo y la oxidación del colesterol LDL.

La granadilla destaca por su contenido de fósforo (ayuda al crecimiento y reparación celular y mantiene la función renal saludable) y niacina (reduce el colesterol y previene enfermedades cardíacas). Es considerada fruta hipoalérgica, ideal para contrarrestar síntomas de reacciones alérgicas, y sus propiedades laxativas favorecen la regulación intestinal.

La uchuva contiene altos niveles de vitamina C, vitamina A (importante para la visión y el sistema inmune), y compuestos fenólicos con actividad antioxidante. El maracuyá aporta vitaminas A y C, hierro, fósforo y fibra, con efectos calmantes atribuidos a alcaloides harmánicos presentes en la pulpa.

En conjunto, estas frutas tropicales se posicionan como alimentos funcionales que contribuyen a la prevención de enfermedades crónicas no transmisibles (cardiovasculares, diabetes, obesidad), fortalecen el sistema inmunológico, mejoran la salud digestiva y aportan antioxidantes que combaten el envejecimiento celular.

Zonas de cultivo en Perú

Las frutas tropicales de la partida 081090 se cultivan en diversas regiones de Perú, aprovechando la diversidad climática y altitudinal del país. La región Amazonas, San Martín, Ucayali y Loreto concentran producción de pitahaya, granadilla y anonáceas en zonas de selva alta y baja. La región Pasco (especialmente Oxapampa) y Junín (Chanchamayo, Satipo) son los principales productores de granadilla, aprovechando el clima templado-cálido de la ceja de selva.

Las regiones de Cajamarca, Huánuco, La Libertad y Cusco también producen granadilla y otras pasifloráceas en valles interandinos. Piura y Lambayeque cultivan pitahaya en zonas de costa y vertiente occidental bajo riego tecnificado. Lima (Huaral, Cañete) cultiva pitahaya, chirimoya y otras frutas en valles costeros. La diversidad de pisos ecológicos permite a Perú producir estas frutas durante diferentes épocas del año, ofreciendo ventanas de cosecha complementarias a otros orígenes.

2. Tamaño del mercado

Contexto del mercado alemán de frutas frescas

Alemania es el mayor mercado de frutas y hortalizas frescas de la Unión Europea y el principal importador de frutas tropicales y exóticas del continente. Su infraestructura logística de primer nivel, poder adquisitivo elevado y consumidores exigentes en términos de calidad, inocuidad y sostenibilidad hacen de este un mercado ideal para las frutas tropicales.

El consumo per cápita de frutas frescas en Alemania se sitúa en aproximadamente 70 kg/persona/año, aunque este indicador ha mostrado ligera tendencia descendente en años recientes. Las frutas tropicales y exóticas representan un segmento de crecimiento dinámico dentro del mercado alemán, impulsado por factores demográficos (inmigración, multiculturalismo), tendencias de salud y bienestar, y búsqueda de nuevas experiencias gastronómicas.

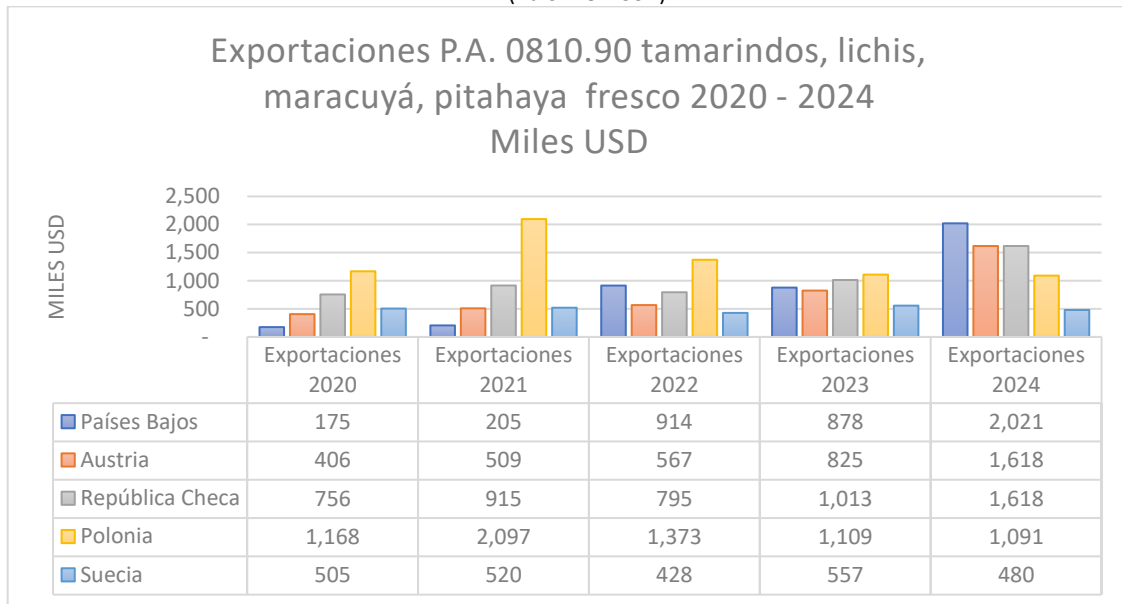
Proyecciones del mercado Global

El mercado global de pitahaya está valorado en USD 14-25 mil millones en 2024, con proyección de alcanzar USD 18-30 mil millones en 2029, representando una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 4-4,5 %. El mercado global de frutas exóticas en su conjunto presenta perspectivas de crecimiento aún más dinámicas, impulsado por el aumento del consumo en economías asiáticas emergentes y la consolidación de la demanda en mercados desarrollados de Europa y Norteamérica.

Para Perú, estas proyecciones representan una oportunidad significativa de incrementar su participación en el comercio internacional de frutas tropicales, aprovechando su biodiversidad, capacidad de producción durante contra estación respecto al hemisferio norte, acuerdos comerciales vigentes (TLC con Unión Europea) y reputación creciente como proveedor de productos agrícolas de alta calidad.

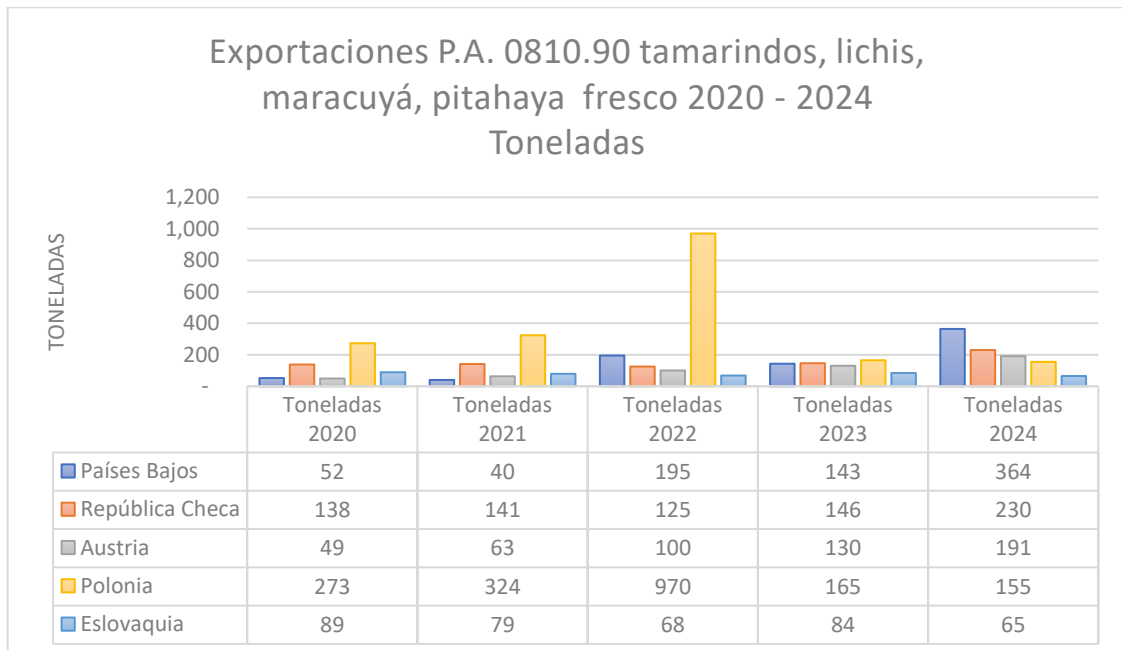
Exportaciones

GRÁFICO 01: EXPORTACIONES P.A 0810.90 TAMARINDOS, LICHIS, MARACUYA, PITAHAYA, OTRAS AL MUNDO, 2020 - 2024
(Valor FOB USD)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERU

GRÁFICO 02: EXPORTACIONES P.A 0810.90 TAMARINDOS, LICHIS, MARACUYA, PITAHAYA, OTRAS AL MUNDO, 2020 - 2024
(Toneladas)



Fuente: TRADEMAP - ITC
Elaboración: PROMPERU

Evolución general del comercio

Las exportaciones alemanas de frutas tropicales frescas de la partida 08109020 (que incluye tamarindo, lichi, yaca, maracuyá, carambola, pitahaya y otras frutas exóticas) han mostrado una tendencia creciente en el período 2020-2024, alcanzando USD 8,14 millones y 1218 toneladas en 2024. Este desempeño representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 11,4 % en valor y del 3,1 % en volumen, evidenciando un incremento sostenido del valor unitario de las frutas comercializadas, que pasó de USD 4.90/kg en 2020 a USD 6.68/kg en 2024.

El año 2024 marcó un máximo histórico en el período analizado, con un crecimiento del 36,5 % en valor y 31,0 % en volumen respecto a 2023. Sin embargo, la serie presenta volatilidad significativa: el año 2022 registró un pico de volumen (2,001 toneladas) pero con precios deprimidos (USD 3.08/kg), mientras que 2023 experimentó una contracción del 53,5 % en volumen, probablemente asociada a disrupciones logísticas post-pandemia y ajustes en inventarios de la cadena de distribución europea.

El rol de Alemania como centro de redistribución

Alemania no es un productor de frutas tropicales debido a sus condiciones climáticas templadas; sin embargo, cumple un rol estratégico como hub de redistribución para Europa Central y del Este. El puerto de Hamburgo constituye el principal punto de entrada de frutas frescas al país y cuenta con el HHLA Frucht- und Kühl-Zentrum, uno de los centros logísticos de fruta más importantes de Alemania, dotado de infraestructura de cadena de frío especializada. Esta posición geográfica privilegiada permite a Alemania recibir frutas tropicales procedentes de España, Colombia, Ecuador, Costa Rica, Perú y países asiáticos, para luego redistribuirlas hacia mercados vecinos que carecen de acceso directo a puertos marítimos de gran escala o que prefieren consolidar sus compras a través de operadores alemanes.

El fenómeno de reexportación es característico del comercio de frutas frescas en Europa, donde países como Países Bajos, Bélgica y Alemania funcionan como nodos logísticos que agregan valor mediante servicios de almacenamiento en frío, control de calidad, maduración controlada, reempaque y distribución just-in-time. Los importadores alemanes especializados, como Port International y otros operadores establecidos en Hamburgo, ofrecen estos servicios de valor añadido a minoristas y mayoristas de países vecinos que requieren volúmenes menores o entregas más frecuentes.

Factores de crecimiento y decrecimiento

El crecimiento observado en 2024 responde a varios factores convergentes. En primer lugar, la demanda de frutas exóticas y tropicales en Europa Central y del Este continúa expandiéndose, impulsada por el creciente interés de los consumidores en productos saludables, novedosos y de origen tropical. En segundo lugar, Alemania ha fortalecido su posición como centro de distribución ante la creciente complejidad logística del comercio internacional, ofreciendo certidumbre de suministro a compradores de países vecinos. Adicionalmente, el aumento del precio unitario (de USD 4.90/kg a USD 6.68/kg) refleja tanto la premiumización del mercado como la mayor participación de frutas de alto valor como pitahaya y maracuyá en la canasta exportadora.

Por otro lado, la caída de 2023 se explica principalmente por la normalización post-pandemia de los flujos comerciales, que durante 2022 habían registrado volúmenes anormalmente altos debido al reabastecimiento de inventarios. También influyeron las presiones inflacionarias en Europa que

contraieron temporalmente el consumo de frutas premium, así como la volatilidad en los costos de transporte marítimo y aéreo que afectó la competitividad de las reexportaciones.

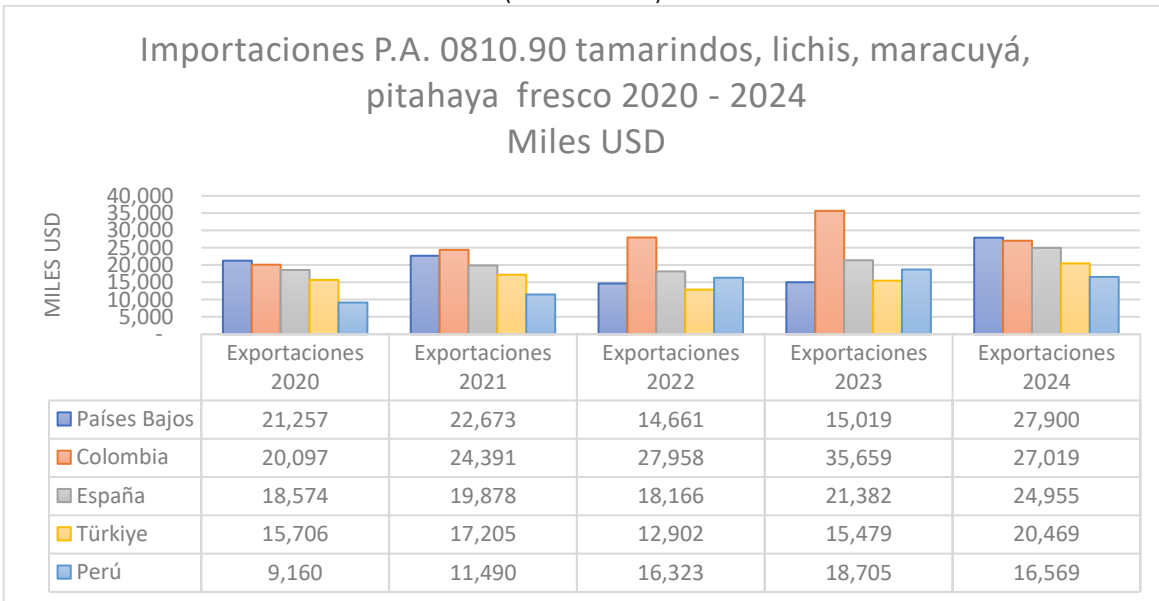
Tabla 02: Perú – Síntesis exportaciones en valor, volumen y precio promedio USD/KG

Año	Valor (miles USD)	Var. %	Volumen (Tons)	Var. %	Precio (USD/kg)
2020	5285	-	1078	-	4.9
2021	7361	39,30 %	1239	14,90 %	5.94
2022	6155	-16,40 %	2001	61,50 %	3.08
2023	5958	-3,20 %	930	-53,50 %	6.41
2024	8135	36,50 %	1218	31,00 %	6.68
CAGR	11,40 %		3,10 %		

Fuente: TradeMap/ITC, con base en Federal Statistical Office of Germany
 Elaboración: PROMPERU

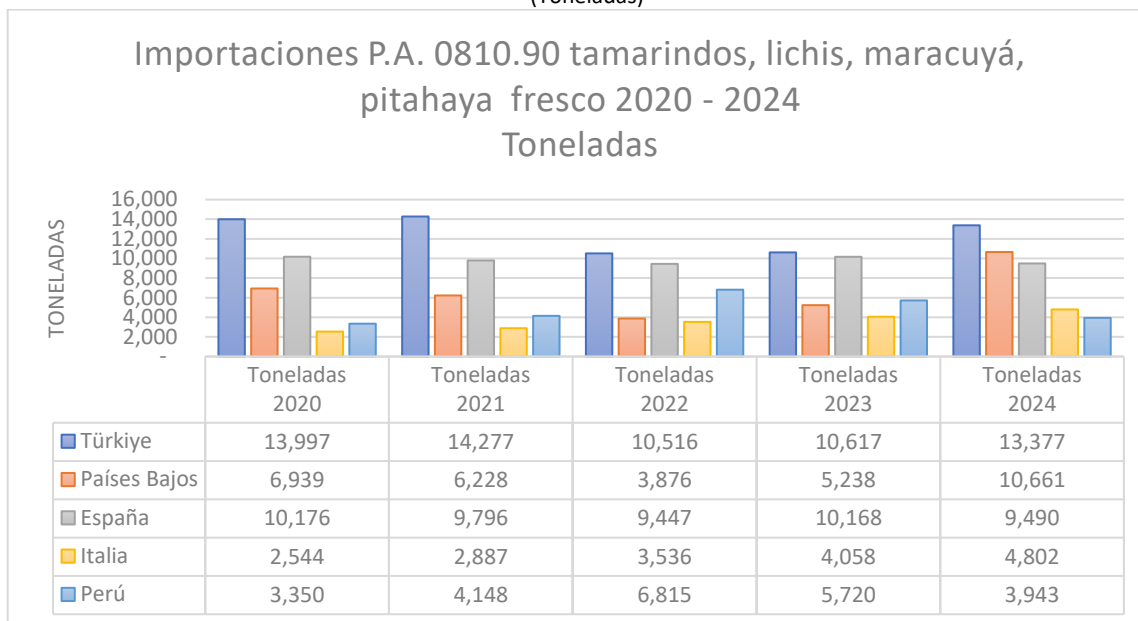
Importaciones

GRÁFICO 03: IMPORTACIONES P.A 0810.90 TAMARINDOS, LICHIS, MARACUYA, PITAHAYA Y OTRAS DEL MUNDO, 2020 - 2024
 (Valor FOB USD)



Fuente: TRADEMAP - ITC
 Elaboración: PROMPERU

GRÁFICO 04: IMPORTACIONES P.A 0810.90 TAMARINDOS, LICHIS, MARACUYA, PITAHAYA Y OTRAS DEL MUNDO, 2020 - 2024 (Toneladas)



Fuente: TRADEMAP - ITC

Elaboración: PROMPERU

Evolución general del mercado

Las importaciones alemanas de frutas tropicales frescas de la partida 08109020 (que comprende tamarindo, lichi, yaca, maracuyá, granadilla, carambola, pitahaya y otras frutas exóticas) alcanzaron USD 191,4 millones y 62 054 toneladas en 2024, consolidando a Alemania como uno de los principales mercados europeos para esta categoría de productos. El período 2020-2024 registró una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 7,1 % en valor y del 1,6 % en volumen, evidenciando una tendencia sostenida hacia la premiumización del mercado, donde el precio promedio de importación aumentó de USD 2.49/kg en 2020 a USD 3.08/kg en 2024, lo que representa un incremento del 23,8 %.

El comportamiento de las importaciones muestra dos fases claramente diferenciadas. Durante 2020-2022, el mercado experimentó una contracción en volumen (-7,5 % acumulado) pero con valores relativamente estables, reflejando los efectos de la pandemia sobre las cadenas logísticas y el consumo fuera del hogar. A partir de 2023, se observa una recuperación vigorosa con crecimiento del 19,2 % en valor y 6,7 % en volumen, tendencia que se consolidó en 2024 con incrementos del 7,2 % y 7,8 % respectivamente, impulsada por la normalización del canal HoReCa y el creciente interés de los consumidores alemanes en frutas exóticas saludables.

Factores de incremento de las importaciones

El crecimiento sostenido de las importaciones alemanas de frutas tropicales responde a múltiples factores convergentes. En primer lugar, el cambio en los patrones de consumo hacia dietas más saludables y diversificadas ha impulsado la demanda de frutas exóticas con alto contenido de vitaminas, antioxidantes y fibra. Las frutas de la pasión, la pitahaya y el lichi se han posicionado como "superalimentos" entre los consumidores alemanes, particularmente entre segmentos jóvenes y urbanos con alto poder adquisitivo.

En segundo lugar, la mejora en la infraestructura logística y la expansión de las rutas marítimas desde Sudamérica han permitido reducir costos y ampliar la disponibilidad de frutas tropicales durante todo el año. Colombia, por ejemplo, ha logrado enviar maracuyá morado por vía marítima a Europa en 14 días, reduciendo significativamente los costos frente al transporte aéreo y haciendo el producto más accesible para el consumidor final.

Finalmente, la expansión del comercio electrónico de alimentos frescos y el crecimiento del segmento de productos listos para consumir (smoothies, bowls de frutas, ensaladas premium) han generado nueva demanda en canales que anteriormente no comercializaban frutas exóticas.

Factores de contracción o desaceleración

Los períodos de contracción observados en 2021 y 2022 se explican principalmente por las disrupciones logísticas derivadas de la pandemia de COVID-19, que afectaron tanto el transporte aéreo (crítico para frutas de alta perecibilidad como lichi y granadilla) como el marítimo. Adicionalmente, la inflación generalizada en Europa durante 2022-2023 redujo temporalmente el consumo de frutas premium, categoría donde se ubican la mayoría de las frutas tropicales exóticas.

La caída de importaciones desde Colombia en 2024 (-24,2 % en valor respecto a 2023) refleja problemas específicos de oferta: las condiciones climáticas adversas causadas por El Niño redujeron significativamente la producción de maracuyá y granadilla en el país sudamericano. Asimismo, el aumento de los controles fitosanitarios de la UE para frutas colombianas, con un incremento del muestreo del 10 % al 20 %, ha generado mayores costos de cumplimiento para los exportadores.

Principales orígenes de importación y tipos de frutas

- Países Bajos lidera las importaciones con USD 27,9 millones (14,6 %) y 10,661 toneladas (17,2 %) en 2024. Este flujo corresponde principalmente a reexportaciones, ya que los Países Bajos actúan como el principal hub de distribución de frutas tropicales en Europa, recibiendo producto de Colombia, Perú, Vietnam y otros orígenes para luego redistribuirlo hacia Alemania y otros mercados europeos. El precio relativamente bajo (USD 2.62/kg) refleja el valor agregado de intermediación logística más que el valor intrínseco de frutas premium. Las principales frutas canalizadas incluyen pitahaya, maracuyá, granadilla, lichi y carambola.
- Colombia ocupa el segundo lugar en valor con USD 27,0 millones (14,1 %), aunque solo representa el 4,9 % del volumen (3070 toneladas), resultando en el precio más alto del top 5 (USD 8.80/kg). Colombia es el principal exportador mundial de maracuyá morado (gulupa), fruta que solo puede enviarse por vía marítima desde este origen debido a su resistencia al transporte. También exporta granadilla, uchuva (physalis) y pitahaya amarilla. El alto precio unitario refleja la naturaleza premium de estas frutas y su posicionamiento en el segmento gourmet del mercado alemán.
- España aporta USD 25,0 millones (13,0 %) y 9,490 toneladas (15,3 %), con un precio de USD 2.63/kg. Como productor europeo, España suministra principalmente chirimoya (de la que es líder mundial), nísperos, higos frescos, granadas y caquis. La proximidad geográfica y la ausencia de barreras comerciales intra-UE le otorgan una ventaja competitiva significativa en fresca y costos logísticos, especialmente para frutas de corta vida útil como la chirimoya.

- Turquía es el principal proveedor por volumen con 13 377 toneladas (21,6 %), aunque en valor representa USD 20,5 millones (10,7 %), resultando en el precio más bajo (USD 1.53/kg). Turquía exporta principalmente higos frescos y secos (es el mayor productor mundial), granadas, membrillos y nísperos. El bajo precio unitario refleja la naturaleza de commodity de los higos secos, que constituyen la mayor parte del volumen. La proximidad geográfica permite envíos terrestres rápidos y económicos hacia Alemania.
- Perú registró el mayor crecimiento del período con un CAGR del 16,0 %, alcanzando USD 16,6 millones (8,7 %) y 3943 toneladas (6,4 %) en 2024. Las principales frutas peruanas incluyen granadilla, maracuyá amarillo, pitahaya roja, chirimoya y guanábana. El precio de USD 4.20/kg posiciona a Perú en el segmento medio-alto, con frutas que combinan calidad premium y volúmenes crecientes. La ventaja contraestacional de Perú (cosecha de octubre a marzo) le permite abastecer el mercado europeo cuando otros orígenes reducen su oferta.

Evolución del precio promedio

El precio promedio de importación de frutas tropicales en Alemania mostró una tendencia alcista sostenida durante el período analizado, pasando de USD 2.49/kg en 2020 a USD 3.08/kg en 2024, lo que representa un incremento acumulado del 23.8%. Esta evolución refleja varios fenómenos: (i) el cambio en la composición del mix importado hacia frutas de mayor valor unitario como maracuyá y granadilla; (ii) el aumento de los costos logísticos post-pandemia, especialmente en fletes aéreos; (iii) la mayor disposición a pagar de los consumidores alemanes por frutas exóticas premium; y (iv) el impacto de fenómenos climáticos (El Niño) que redujeron la oferta global en 2023-2024.

La dispersión de precios entre orígenes es significativa: mientras Turquía exporta a USD 1.53/kg (principalmente higos), Colombia alcanza USD 8.80/kg (maracuyá premium), evidenciando la segmentación del mercado entre productos de volumen y frutas gourmet de nicho.

Tabla 03: Principales orígenes de importación 2024

País	Valor (USD mil)	Part. %	Volumen (Ton)	Part. %	USD/kg	CAGR
Países Bajos	27 900	14,60 %	10 661	17,20 %	2.62	7,00 %
Colombia	27 019	14,10 %	3070	4,90 %	8.8	7,70 %
España	24 955	13,00 %	9490	15,30 %	2.63	7,70 %
Türkiye	20 469	10,70 %	13 377	21,60 %	1.53	6,80 %
Perú	16 569	8,70 %	3943	6,40 %	4.2	16,00 %
Top 5	116 912	61,10 %	40 541	65,30 %		
Total Mundo	191 367	100 %	62 054	100 %	3.08	7,10 %

Fuente: TradeMap/ITC, con base en Federal Statistical Office of Germany

Elaboración: PROMPERU

Tabla 04: Principales frutas importadas por país de origen

País de Origen	Frutas Principales de la Partida 081090
Países Bajos	Reexportaciones: pitahaya, maracuyá, granadilla, lichi, carambola
Colombia	Maracuyá morado (gulupa), granadilla, uchuva (physalis), pitahaya amarilla
España	Chirimoya, níspero, higos frescos, granada, caqui
Türkiye	Higos frescos y secos, granada, membrillo, níspero
Perú	Granadilla, maracuyá, pitahaya roja, chirimoya, guanábana
Vietnam	Pitahaya roja y blanca, lichi, rambután, carambola

Fuente: CBI, Fresh Plaza, Import Promotion Desk

Elaboración: PROMPERU

3. Análisis de la demanda

Perfil del consumidor alemán

El consumidor alemán de frutas tropicales y exóticas presenta características específicas que definen el mercado. Se trata de consumidores urbanos, con nivel educativo medio-alto, ingresos medios a altos, y fuerte conciencia sobre salud, nutrición y sostenibilidad. La población alemana muestra creciente interés en diversificar su dieta con productos novedosos, sabores exóticos y alimentos con propiedades funcionales reconocidas.

Los compradores alemanes valoran altamente la calidad del producto (frescura, apariencia, sabor), la trazabilidad completa de la cadena de suministro, las certificaciones de seguridad alimentaria y producción sostenible (GLOBALG.A.P., orgánico, comercio justo), y la transparencia sobre el origen y métodos de producción. El 84 % de los consumidores alemanes considera importante comprar productos regionales cuando están disponibles, y el 88 % toma en cuenta la estacionalidad al realizar compras de frutas y hortalizas.

Los consumidores alemanes son sensibles al precio, especialmente en el segmento de discounters que representa el 50 % del mercado minorista de frutas frescas, pero están dispuestos a pagar premium por productos orgánicos certificados, frutas con denominación de origen, y productos con historias de sostenibilidad social y ambiental verificables. El mercado orgánico representa aproximadamente 7,2 % de la cuota de mercado de frutas frescas en Alemania, con tendencia creciente.

La población multicultural de Alemania (especialmente en ciudades como Berlín, Frankfurt, Múnich, Hamburgo y Colonia) impulsa la demanda de frutas tropicales conocidas en sus países de

origen. Las comunidades de origen turco, árabe, asiático y latinoamericano actúan como consumidores tempranos y embajadores de frutas exóticas, facilitando la difusión hacia la población alemana general.

Tendencias de consumo

El mercado alemán de frutas tropicales está influenciado por varias tendencias de consumo consolidadas y emergentes:

Salud y bienestar: Las frutas tropicales se posicionan como "superalimentos" ricos en vitaminas, antioxidantes y compuestos bioactivos. Los consumidores alemanes buscan activamente alimentos que contribuyan a la prevención de enfermedades crónicas (cardiovasculares, diabetes, obesidad) y al fortalecimiento del sistema inmunológico. La pitahaya, uchuva y otras frutas exóticas se benefician de esta tendencia al comunicar efectivamente sus beneficios nutricionales.

Alimentación plant-based y flexitariana: El crecimiento de dietas basadas en plantas y el aumento de consumidores flexitarianos (que reducen consumo de productos animales sin eliminarlos completamente) impulsa la demanda de frutas frescas como componente central de la alimentación saludable. Alemania es uno de los mercados líderes europeos en productos plant-based, con tasas de crecimiento superiores al 10 % anual.

Curiosidad culinaria y multiculturalismo: Los consumidores alemanes, especialmente jóvenes urbanos, buscan nuevas experiencias gastronómicas y están dispuestos a probar frutas exóticas desconocidas si se les proporciona información sobre cómo consumirlas, sus beneficios y recetas de preparación. Las redes sociales, influencers de alimentación saludable y programas de cocina televisivos juegan un rol importante en la difusión de frutas tropicales.

Sostenibilidad y comercio justo: Los consumidores alemanes demandan información sobre el impacto ambiental y social de los productos que adquieren. Hay preferencia creciente por frutas con certificaciones de sostenibilidad (Rainforest Alliance, Fairtrade), producción orgánica, empaques reciclables o compostables, y métodos de transporte con menor huella de carbono. La controversia sobre el transporte aéreo de frutas exóticas (alto impacto de carbono) está generando presión para desarrollar alternativas de transporte marítimo con cadena de frío optimizada.

Transparencia y trazabilidad: Los escándalos alimentarios pasados y la creciente conciencia sobre seguridad alimentaria han elevado las exigencias de trazabilidad. Los consumidores valoran poder identificar el origen exacto del producto, las prácticas agrícolas empleadas y la cadena de custodia completa.

Conveniencia y productos listos para consumo: Existe demanda creciente por frutas pre-cortadas, mezclas de frutas exóticas listas para consumir, smoothie bowls, y productos de valor añadido que reduzcan el tiempo de preparación. Esta tendencia representa oportunidad para procesadores, pero también desafío en términos de vida útil y mantenimiento de calidad.

E-commerce y compras online: El comercio electrónico de alimentos frescos ha experimentado crecimiento acelerado, especialmente post-pandemia. Cadenas como REWE (con REWE Online), Amazon Fresh, y plataformas especializadas en productos orgánicos están expandiendo sus ofertas de frutas exóticas.

Consumo per cápita estimado

El consumo per cápita de frutas frescas en Alemania se sitúa en aproximadamente 70 kg/persona/año, distribuido principalmente entre manzanas (21 kg per cápita), bananas (12 kg), cítricos (26,5 kg en 2024/25), uvas, fresas y otras frutas de temporada. El consumo de frutas tropicales y exóticas representa una fracción menor del consumo total de frutas, estimado entre 2-4 kg/persona/año considerando todas las frutas exóticas (piña, mango, papaya, aguacate, y frutas menores de la partida 081090).

Es importante destacar que el consumo de frutas tropicales exóticas se concentra en segmentos específicos de la población (urbanos, educados, con ingresos medios-altos, multiculturales) donde el consumo per cápita es significativamente superior a la media nacional. En estos segmentos objetivo, el consumo de frutas exóticas puede alcanzar 5-10 kg/persona/año o más.

Formas y presentaciones de consumo

Las frutas tropicales de la partida 081090 se consumen en Alemania principalmente en las siguientes formas:

Frutas pre-cortadas y mezclas: Bandejas de frutas tropicales mixtas pre-cortadas (pitahaya, mango, piña, papaya) en presentaciones de 200-500g son cada vez más comunes en supermercados premium y tiendas de conveniencia, con precios de €3,99-6,99 por bandeja.

Jugos, smoothies y batidos: La pulpa de maracuyá, granadilla y otras frutas de la pasión se utiliza ampliamente en la industria de bebidas. Los jugos y néctares de frutas tropicales, smoothies multifrutas, y bebidas funcionales con extractos de frutas exóticas son productos de crecimiento dinámico en el mercado alemán.

Productos deshidratados: Physalis deshidratada, chips de pitahaya y otras frutas tropicales secas se comercializan como snacks saludables en tiendas de productos orgánicos, health food stores y supermercados.

Ingredientes para gastronomía: Las frutas tropicales exóticas son utilizadas por el sector HoReCa (hoteles, restaurantes, catering) como ingredientes en postres, decoración de platos, ensaladas gourmet, cócteles y mixología. Los restaurantes de alta cocina, hoteles de lujo y servicios de catering premium son consumidores importantes de frutas tropicales de calidad superior.

Productos congelados y procesados: Pulpas congeladas de maracuyá, granadilla y otras frutas se utilizan en repostería, heladería e industria de bebidas. Concentrados, purés y productos de valor añadido también tienen presencia en el mercado B2B.

4. Presentaciones y precios

A continuación, se presentan los precios de frutas tropicales en canales retail en Alemania:

PRESENTACIONES Y PRECIOS DE FRUTAS TROPICALES EN ALEMANIA

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Aguaymanto
	Presentación	Bandeja
	Marca	-
	Precio	EUR 1.79 / bandeja
	Peso Neto	Bandeja – 100 g
	País de Producción	Colombia - Perú
	País de Distribución	Alemania
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Maracuyá
	Presentación	Unidad
	Marca	-
	Precio	EUR 4.99 x unidad
	Peso Neto	Unidad – 60 - 80 g
	País de Producción	Colombia – Kenia, Perú (amarilla)
	País de Distribución	Alemania
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Pitahaya amarilla
	Presentación	Unidad
	Marca	-
	Precio	EUR 3.49 x unidad
	Peso Neto	Unidad – 120 - 150 g
	País de Producción	Colombia - Ecuador
	País de Distribución	Alemania
	Fecha Lanzamiento	2026


FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Chirimoya entera
	Presentación	Unidad
	Marca	-
	Precio	EUR 4 - 6 x unidad
	Peso Neto	Unidad – 250 - 350 g
	País de Producción	España – Perú
	País de Distribución	Alemania
	Fecha Lanzamiento	2026

FOTO DE REFERENCIA	INFORMACIÓN RELEVANTE DEL PRODUCTO	
	Nombre del Producto	Kiwi sungold
	Presentación	Unidad
	Marca	-
	Precio	EUR 0.5 – 0.65 x unidad
	Peso Neto	Unidad – 80 - 100 g
	País de Producción	Nueva Zelanda - Italia
	País de Distribución	Alemania
	Fecha Lanzamiento	2026

5. Requisitos de acceso al mercado

Requisitos arancelarios

Arancel de importación: Las frutas tropicales frescas de la partida 0810.90 originarias del Perú ingresan a Alemania y al resto de la Unión Europea con un arancel de 0 % en el marco del Tratado de Libre Comercio Perú–Unión Europea, vigente desde marzo de 2013. Este acuerdo otorga acceso preferencial libre de aranceles a la mayoría de productos agrícolas peruanos, incluyendo las frutas frescas. Para beneficiarse de este tratamiento arancelario, el exportador debe demostrar el origen preferencial del producto conforme a las reglas del acuerdo, mediante la emisión del certificado de origen correspondiente o la declaración en factura, según el valor del envío y la modalidad permitida.

El arancel NMF (Nación Más Favorecida) general de la UE para frutas de la partida 081090 varía entre 0 % y 8,8 % según la subpartida específica, pero los productos peruanos están exentos de estos aranceles al amparo del TLC. Para beneficiarse del acceso preferencial, los exportadores peruanos deben presentar certificado de origen que acredite que el producto cumple las reglas de origen establecidas en el acuerdo comercial.

Impuestos internos: Además del arancel de importación (0 % para Perú), las frutas frescas están sujetas al Impuesto al Valor Agregado (IVA) alemán. La tasa de IVA estándar en Alemania es 19 %, pero los productos alimenticios básicos, incluidas las frutas frescas, están sujetos a una tasa reducida de 7 %. Este impuesto se aplica sobre el valor CIF más los aranceles (si los hubiere), y es recaudado al momento de la importación.

Requisitos no arancelarios

Certificación fitosanitaria

El certificado fitosanitario es un requisito obligatorio y fundamental para la exportación de frutas frescas de Perú a la Unión Europea. Este certificado debe ser emitido por la autoridad nacional competente del país exportador (en el caso de Perú, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA) y debe acompañar cada envío de fruta fresca.

El Reglamento (UE) 2019/2072 de la Comisión Europea establece las medidas de protección fitosanitaria uniformes para todo el territorio de la Unión. Este reglamento especifica los requisitos fitosanitarios que deben cumplir las plantas y productos vegetales que ingresan a la UE, incluida la obligatoriedad del certificado fitosanitario internacional según el modelo de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF/FAO).

El certificado fitosanitario emitido por SENASA debe certificar que:

- Las frutas están libres de plagas cuarentenarias de la Unión Europea
- El producto cumple con los requisitos fitosanitarios específicos del país de destino
- Los lotes han sido inspeccionados oficialmente antes de la exportación
- Se han aplicado los tratamientos fitosanitarios requeridos (si aplica)
- El producto proviene de áreas libres de plagas específicas (si así se requiere)

SENASA emite el certificado fitosanitario a través del sistema VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) del Perú. El procedimiento requiere que el exportador presente solicitud con documentación respaldatoria (factura comercial, lista de empaque, certificado de lugar de producción, certificado de planta de empaque si aplica), pague la tasa correspondiente (S/ 43,20 por certificado), y permita la inspección fitosanitaria del lote por parte de inspectores de SENASA. Una vez aprobada la inspección, el certificado se emite en un plazo de hasta 7 días hábiles.

Límites máximos de residuos (LMR) de plaguicidas

Las frutas tropicales exportadas de Perú a Alemania deben cumplir los límites máximos de residuos de plaguicidas establecidos por la legislación de la Unión Europea. Estos límites máximos de residuos (LMR) se fijan en el Reglamento (CE) n.º 396/2005 y suelen ser más exigentes que los estándares de otros mercados. Por ello, los productores deben aplicar Buenas Prácticas Agrícolas y sistemas de gestión de inocuidad basados en el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), que aseguren el uso exclusivo de plaguicidas autorizados, el respeto de los periodos de carencia y la verificación previa de residuos en laboratorios acreditados.

La Unión Europea mantiene una base de datos actualizada de LMR para todas las combinaciones de plaguicida-cultivo, que los exportadores peruanos deben consultar antes de aplicar cualquier tratamiento fitosanitario en sus cultivos. Los LMR europeos son generalmente más estrictos que los establecidos por el Codex Alimentarius internacional, y significativamente más bajos que los permitidos en algunos países productores.

Los exportadores peruanos deben implementar programas de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) que incluyan:

- Uso únicamente de plaguicidas autorizados en la UE para el cultivo específico
- Respeto estricto de las dosis máximas de aplicación
- Cumplimiento de los periodos de carencia entre última aplicación y cosecha
- Registro detallado de todas las aplicaciones fitosanitarias
- Análisis de residuos de plaguicidas en laboratorios acreditados antes de la exportación

Es importante destacar que las principales cadenas de supermercados alemanas aplican políticas de LMR más restrictivas que la legislación europea oficial. Lidl y Kaufland aceptan como máximo el 33,3% del límite legal de la UE, REWE acepta hasta el 50%, y Aldi hasta el 70%. Esto significa que los productores peruanos que aspiran a comercializar a través de estos retailers deben mantener niveles de residuos muy inferiores a los límites legales.

Seguridad alimentaria y trazabilidad

El Reglamento (CE) N° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria europea, crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y fija procedimientos relativos a la seguridad alimentaria. Este reglamento establece que:

- Los alimentos no deben ser perjudiciales para la salud ni inadecuados para el consumo humano
- Los operadores de empresas alimentarias son responsables de la seguridad de los alimentos
- Debe existir trazabilidad completa en todas las etapas de producción, transformación y distribución
- Los alimentos deben poder ser retirados del mercado si representan riesgo para la salud

El Reglamento (CE) N° 853/2004 sobre higiene de los productos alimenticios establece normas específicas sobre condiciones higiénicas durante la producción primaria, transporte, almacenamiento y comercialización de alimentos. Los productores y exportadores peruanos deben implementar sistemas de gestión de inocuidad alimentaria basados en principios HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control).

La trazabilidad implica que en cualquier momento se pueda identificar: el origen del producto (parcela de cultivo específica, productor), todas las operaciones a las que ha sido sometido (empaquetado, almacenamiento, transporte), y el destino inmediato del producto. Los sistemas de trazabilidad deben documentarse con registros que se conserven por periodos mínimos establecidos en la legislación.

Certificaciones requeridas y recomendadas

GLOBALG.A.P.: Si bien GLOBALG.A.P. no es legalmente obligatorio, es prácticamente indispensable para acceder a las principales cadenas de supermercados alemanas. GLOBALG.A.P. es un estándar voluntario de certificación de Buenas Prácticas Agrícolas reconocido internacionalmente, que cubre aspectos de inocuidad alimentaria, trazabilidad, medio ambiente, salud y bienestar de los trabajadores, y bienestar animal (cuando aplica).

Prácticamente todos los retailers alemanes (EDEKA, REWE, Lidl, Aldi, Kaufland) requieren certificación GLOBALG.A.P. de sus proveedores de frutas y hortalizas frescas. El estándar incluye módulos específicos para frutas y hortalizas, con requisitos sobre manejo integrado de plagas, uso responsable de agua, gestión de residuos, condiciones laborales, y sistemas de gestión de calidad.

GRASP (GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice): Es un módulo complementario de GLOBALG.A.P. que evalúa las prácticas sociales en las explotaciones agrícolas, incluyendo derechos de los trabajadores, condiciones laborales, salud y seguridad ocupacional, y prohibición de trabajo infantil y forzoso. Aunque técnicamente voluntario, es cada vez más solicitado por retailers europeos.

Rainforest Alliance / UTZ: Esta certificación (las dos organizaciones se fusionaron en 2018) se enfoca en sostenibilidad ambiental, social y económica de la producción agrícola. Cubre aspectos como conservación de ecosistemas, uso eficiente de agua, reducción de agroquímicos, condiciones laborales dignas y prohibición de deforestación. Es valorada especialmente en el segmento de consumidores conscientes ambientalmente.

Fairtrade (Comercio Justo): Esta certificación garantiza que los pequeños productores reciben un precio justo por sus productos y que se cumplen estándares sociales y ambientales. El sello Fairtrade es altamente valorado por un segmento de consumidores alemanes dispuestos a pagar premium por productos con impacto social positivo.

Certificación orgánica de la UE: Para productos comercializados como orgánicos o ecológicos, es obligatoria la certificación según el Reglamento (UE) 2018/848 sobre producción ecológica. Los productos orgánicos deben llevar el logotipo europeo de agricultura ecológica y cumplir estrictos requisitos sobre no uso de agroquímicos sintéticos, OGM, irradiación, y otras prácticas prohibidas.

BSCI (Business Social Compliance Initiative) / Amfori: Es una iniciativa de verificación de condiciones laborales en la cadena de suministro. Cubre aspectos como libertad de asociación, no discriminación, remuneración justa, horarios de trabajo, salud y seguridad, y prohibición de trabajo infantil. Es requerida por algunos retailers alemanes como condición para ser proveedor.

Etiquetado

El etiquetado de frutas frescas comercializadas en Alemania debe cumplir con el Reglamento (UE) N° 1169/2011 sobre información alimentaria facilitada al consumidor. Los requisitos específicos para frutas frescas incluyen:

- **Identificación del producto:** nombre de la fruta en idioma alemán o denominación comúnmente entendida
- **País de origen:** obligatorio para frutas frescas, claramente visible
- **Nombre y dirección del operador:** del productor, emparador o importador responsable
- **Categoría de calidad:** cuando se apliquen normas de comercialización de la UE
- **Calibre/tamaño:** cuando esté especificado en normas de comercialización
- **Número de lote o identificación de trazabilidad**
- **Número GLOBALG.A.P. GGN:** cuando el producto esté certificado
- **Logotipo orgánico de la UE:** obligatorio si el producto se comercializa como orgánico

- **Información sobre tratamientos post-cosecha:** si se han aplicado (ej. encerado, tratamientos de conservación)

Las etiquetas deben ser legibles, indelebles y colocadas de manera visible en el empaque del producto. Para frutas pre-empacadas destinadas al consumidor final, la información debe estar en idioma alemán.

Normas de comercialización y calidad

La Unión Europea ha establecido normas de comercialización específicas para algunas frutas, aunque muchas frutas tropicales de la partida 081090 no están sujetas a normas específicas y se rigen por la norma de comercialización general establecida en el Reglamento (UE) N° 543/2011.

Los requisitos generales de calidad establecen que las frutas deben estar:

- Enteras, sanas (sin podredumbres ni alteraciones que las hagan impropias para el consumo)
- Limpias (prácticamente exentas de materias extrañas visibles)
- Prácticamente exentas de plagas y daños causados por ellas
- Exentas de humedad exterior anormal
- Exentas de olores y sabores extraños
- Con aspecto fresco y consistencia firme
- Con grado de desarrollo y madurez adecuado para llegar en condiciones satisfactorias al consumidor

Los defectos permitidos varían según la categoría de calidad (Categoría I permite defectos leves que no afectan apariencia general; Categoría II permite defectos más evidentes siempre que se mantengan características esenciales de calidad).

El cumplimiento de estas normas es verificado por las autoridades competentes de los Estados Miembros de la UE mediante controles en frontera y en mercado. Los envíos que no cumplan pueden ser rechazados, destruidos o reexpedidos al país de origen.

Documentos requeridos para exportar de Perú a Alemania

Los exportadores peruanos deben preparar y presentar los siguientes documentos para exportar frutas tropicales frescas a Alemania:

1. **Certificado Fitosanitario:** emitido por SENASA, obligatorio, acompaña cada envío
2. **Factura Comercial:** documento contable que detalla la transacción comercial (descripción del producto, cantidad, valor unitario y total, términos de venta Incoterms, datos del exportador e importador)
3. **Lista de Empaque (Packing List):** detalla el contenido de cada caja/pallet, peso bruto y neto, marcas, dimensiones, número de bultos
4. **Conocimiento de Embarque (Bill of Lading para transporte marítimo) o Guía Aérea (Air Waybill para transporte aéreo):** documento emitido por el transportista que acredita la recepción de la mercancía para su transporte

5. **Certificado de Origen:** documento que acredita que el producto es originario de Perú y puede beneficiarse del acceso preferencial del TLC Perú-UE. Puede ser emitido por el exportador (declaración en factura si el valor del envío es inferior a €6.000) o por la Cámara de Comercio competente
6. **Certificado de Lugar de Producción:** emitido por SENASA, acredita que el predio donde se cultivó la fruta está registrado y cumple requisitos fitosanitarios
7. **Certificado de Planta de Empaque:** emitido por SENASA, acredita que la planta donde se empacó el producto cumple requisitos de inocuidad y está autorizada para exportación
8. **Análisis de Residuos de Plaguicidas:** resultados de laboratorio acreditado que demuestran cumplimiento de LMR europeos (recomendado fuertemente, obligatorio si lo solicita el importador o las autoridades)
9. **Certificados de Certificaciones Voluntarias:** GLOBALG.A.P., orgánico, Fairtrade, Rainforest Alliance, etc., cuando aplique
10. **Declaración Aduanera de Exportación:** presentada por el exportador o su agente de aduanas ante SUNAT (Perú) vía sistema integrado de gestión aduanera
11. **Seguro de Transporte:** póliza que cubre la mercancía durante el transporte internacional (según términos Incoterms acordados)

Adicionalmente, el importador en Alemania debe tramitar la documentación de importación ante las autoridades aduaneras alemanas, incluyendo declaración aduanera de importación, pago de IVA, y presentación de documentos requeridos (certificado fitosanitario, certificado de origen, factura comercial, etc.).

6. Canales de distribución

Estructura del mercado minorista alemán

El mercado minorista de frutas y hortalizas frescas en Alemania presenta una estructura altamente consolidada, con dominio de grandes cadenas de distribución que controlan más del 90% del mercado. La distribución del mercado minorista de frutas frescas se organiza de la siguiente manera:

- **Descuentos (hard discounters):** 50 % del mercado de frutas frescas
- **Supermercados e hipermercados:** 41 % del mercado
- **Mercados tradicionales, fruterías especializadas y venta directa:** 5,3 % del mercado
- **Comercio electrónico (e-commerce):** creciente, estimado en 3-4 % y en rápida expansión

Esta estructura tiene implicaciones importantes para los exportadores peruanos: el acceso al mercado alemán requiere necesariamente trabajar con grandes retailers que tienen poder de negociación significativo, exigencias estrictas de calidad y certificaciones, y capacidad de influir en precios y condiciones comerciales.

Principales minoritas en Alemania:

Descuentos:

Tabla 05: Principales tiendas de descuento en Alemania

Minoritas	Características
Lidl	Parte del Schwarz Group, líder en el segmento descuento. Opera más de 3200 tiendas en Alemania. Ofrece aproximadamente 170 productos de frutas y hortalizas con enfoque en precio competitivo, pero calidad garantizada. Exige certificación GLOBALG.A.P. y aplica LMR al 33,3 % del límite legal de la UE (el más estricto). Importante para frutas exóticas de volumen medio.
Aldi Nord y Aldi Süd	Dos entidades corporativas independientes que operan bajo la marca Aldi. Juntas representan la segunda fuerza en el segmento descuento alemán. Modelo de negocio basado en surtido limitado, alta rotación y precios muy competitivos. Exige certificación GLOBALG.A.P. y aplica LMR al 70 % del límite legal de la UE. Creciente interés en frutas exóticas para diferenciarse de competidores.
Netto, Penny	Otras cadenas descuento de menor tamaño, pero presencia significativa regional. Netto pertenece a EDEKA Group, Penny a REWE Group.

Elaboración: PROMPERU

Supermercados e Hipermercados:

Tabla 06: Principales supermercados e hipermercados alemanes

Minoritas	Características
EDEKA	Cooperativa de comerciantes independientes, líder en el segmento de supermercados con más de 11 000 puntos de venta (entre tiendas propias y asociadas). Posicionamiento en calidad, frescura y productos regionales/premium. Amplio surtido de frutas y hortalizas (más de 300 items). Importante para frutas tropicales premium y orgánicas. Exige certificación GLOBALG.A.P. y trabaja con importadores especializados.
REWE	Segundo grupo de supermercados más grande de Alemania con más de 3600 tiendas. Opera REWE Online (comercio electrónico de alimentos). Tiene filial de importación propia (Campina Verde) que importa directamente frutas tropicales. Exige GLOBALG.A.P. y aplica LMR al 50 % del límite legal de la UE. Fuerte compromiso con sostenibilidad (iniciativa Pro Planet). Importante para frutas exóticas de calidad media-alta.

Kaufland	Pertenece al Schwarz Group (mismo grupo que Lidl). Opera más de 660 hipermercados en Alemania. Posicionamiento entre descuento y supermercado tradicional: precios competitivos con mayor variedad que Lidl. Exige GLOBALG.A.P. y aplica políticas estrictas de LMR (33,3 % del límite UE). Relevante para frutas exóticas de volumen medio-alto.
Real, Globus, Marktkauf	Otros hipermercados y supermercados de tamaño medio con presencia regional.

Elaboración: PROMPERU

Minoritas especializados en productos orgánicos:

- **Alnatura:** cadena especializada en productos orgánicos con más de 140 tiendas. Surtido 100 % orgánico certificado. Clientela dispuesta a pagar premium por calidad, sostenibilidad y trazabilidad. Importante para frutas tropicales orgánicas certificadas.
- **Denn's Biomarkt:** cadena de supermercados orgánicos con más de 300 tiendas. Enfoque en productos orgánicos, regionales y de comercio justo.
- **Bio Company, Basic:** otras cadenas especializadas en productos orgánicos con presencia regional.

Comercio electrónico:

- **REWE Online:** plataforma de comercio electrónico de REWE, líder en comercio electrónico de alimentos frescos en Alemania
- **Amazon Fresh:** servicio de entrega de alimentos frescos de Amazon en principales ciudades alemanas
- **Plataformas especializadas:** Allyouneed Fresh, Bringmeister, y otros servicios de entrega de alimentos frescos

El comercio electrónico de frutas frescas creció significativamente durante la pandemia de COVID-19 y mantiene tendencia de crecimiento, aunque representa aún fracción menor del mercado total.

Cadena de distribución típica

La cadena de distribución de frutas tropicales desde Perú hasta el consumidor final en Alemania sigue generalmente el siguiente esquema:

Cadena completa:

Productor/Exportador en Perú → Transporte internacional (marítimo refrigerado o aéreo) → Punto de entrada UE (puertos: Hamburgo, Rotterdam, Amberes; aeropuerto: Frankfurt) → Importador especializado en Alemania → Mayorista en Grossmarkt o Centro de distribución del retailer → Punto de venta minorista (supermercado, descuento, frutería) o HoReCa (hoteles, restaurantes, catering) → Consumidor final

Variantes de la cadena:

1. **Cadena directa para grandes volúmenes:** Exportador peruano → Centro de distribución del retailer → Tiendas del retailer → Consumidor. Las grandes cadenas como REWE, EDEKA y grupos discount pueden importar directamente volúmenes significativos, eliminando intermediarios mayoristas.
2. **Cadena con importador especializado:** Exportador peruano → Importador/distribuidor especializado en frutas tropicales → Mayoristas en Grossmarkt → Retailers independientes, fruterías, HoReCa → Consumidor. Esta es la cadena más común para frutas exóticas de menor volumen o nichos especializados.
3. **Cadena vía hub holandés:** Exportador peruano → Puerto de Rotterdam → Importador/distribuidor en Países Bajos → Reexportación a Alemania → Mayorista o retailer alemán → Consumidor. Los Países Bajos actúan como principal hub de distribución de frutas frescas en Europa, recibiendo el 66% de las exportaciones peruanas de pitahaya, maracuyá, y redistribuyéndolas a otros países europeos.

Importadores y distribuidores especializados

Alemania cuenta con una red de importadores y distribuidores especializados en frutas tropicales y exóticas que juegan un rol fundamental en la cadena de suministro. Estos operadores tienen experiencia específica en manejo de frutas delicadas, conocimiento de requisitos fitosanitarios, relaciones establecidas con minoristas y HoReCa, y capacidad logística para mantener cadena de frío.

Principales importadores especializados en frutas tropicales en Alemania:

- **Port International:** importador y distribuidor especializado en frutas exóticas, con red de aprovisionamiento en Asia, América Latina y África
- **Fruchtimport van Wylick:** importador tradicional con más de 100 años de experiencia, especializado en frutas tropicales y cítricos
- **HLB Tropical Food:** parte del grupo holandés HLB, especializado en frutas tropicales exóticas con oficinas en Alemania
- **Lehmann Natur:** especializado en frutas y hortalizas orgánicas, incluidas frutas tropicales certificadas
- **Trofi Tropical Fruit:** importador especializado en frutas tropicales exóticas con presencia en los principales Grossmärkte
- **Global Fruit Point:** importador y distribuidor de frutas tropicales con cobertura europea
- **OGL (Obst Großhandelsgesellschaft Langenfeld):** mayorista especializado en frutas exóticas
- **Campina Verde:** filial de importación del grupo REWE, importa directamente frutas tropicales para la cadena

Importadores holandeses con distribución en Alemania:

- **Eosta:** líder europeo en frutas y hortalizas orgánicas, con fuerte presencia en Alemania

- **Roveg:** importador especializado en frutas exóticas orgánicas con distribución en Alemania
- **Nature's Pride:** importador de frutas tropicales premium con oficinas en Alemania
- **Total Exotic:** especializado en frutas exóticas asiáticas y latinoamericanas

Mercados mayoristas (Grossmärkte)

Los Grossmärkte (mercados mayoristas) siguen siendo actores importantes en la distribución de frutas y hortalizas frescas en Alemania, aunque su participación ha disminuido con la integración vertical de grandes cadenas de retail. Los Grossmärkte conectan a importadores, productores locales, mayoristas y compradores (retailers independientes, fruterías, HoReCa, procesadores).

Tabla 07: Principales Grossmärkte (centro de abastos, mayoristas) en Alemania:

Grossmarkt	Ubicación	Características
Hamburger Großmarkt	Hamburgo	El más grande de Alemania con 283.000 m ² , más de 400 empresas, 2.000+ empleados. Ubicado cerca del puerto, es punto de entrada principal para frutas tropicales importadas.
Fruchthof München	Múnich	Importante centro de distribución para el sur de Alemania
Frische Zentrum Frankfurt	Frankfurt	Estratégicamente ubicado cerca del aeropuerto, importante para frutas aéreas
Großmarkt Berlín	Berlín	Abastece la capital y región circundante
Großmarkt Köln	Colonia	Centro de distribución para región oeste de Alemania

Elaboración: PROMPERU

El área total de mercados mayoristas en Alemania supera los 2,7 millones de m², con aproximadamente 66 % de los operadores siendo mayoristas, 24 % productores, y 10 % servicios complementarios. Para frutas tropicales exóticas, los Grossmärkte son especialmente relevantes para abastecer el segmento HoReCa (hoteles, restaurantes, catering) y fruterías especializadas que buscan productos diferenciados.

Canal HoReCa (Hoteles, Restaurantes, Catering)

El sector HoReCa representa un canal importante para frutas tropicales premium y exóticas. Los restaurantes de alta cocina, hoteles de lujo y servicios de catering premium utilizan frutas

tropicales como ingredientes en postres gourmet, decoración de platos, ensaladas, cócteles y mixología.

Las características del canal HoReCa incluyen:

- Búsqueda de frutas de calidad excepcional (apariencia, sabor, frescura)
- Disposición a pagar premium por productos únicos y diferenciados
- Demanda de frutas exóticas novedosas que sorprendan a comensales
- Volúmenes menores pero mayor frecuencia de compra
- Valoración de servicio personalizado, asesoramiento y flexibilidad del proveedor
- Importancia de la historia del producto (origen, productor, métodos de cultivo)

Los distribuidores especializados que abastecen el canal HoReCa (como Metro Cash & Carry en su división mayorista, y distribuidores especializados en gastronomía) son socios potenciales para introducir frutas tropicales peruanas en este segmento.

Puntos de entrada logísticos

Transporte marítimo:

El Puerto de Hamburgo es el principal punto de entrada de frutas frescas importadas a Alemania por vía marítima. Este puerto maneja el mayor volumen de contenedores refrigerados de Europa, con infraestructura especializada para frutas tropicales. Otros puertos importantes para frutas destinadas al mercado alemán son:

- **Rotterdam (Países Bajos):** puerto más grande de Europa, hub principal de redistribución de frutas tropicales hacia Alemania y otros países europeos
- **Amberes (Bélgica):** puerto alternativo con buena conectividad terrestre hacia Alemania
- **Bremerhaven (Alemania):** puerto alemán especializado en contenedores, opción para ciertos flujos

El transporte marítimo refrigerado es la opción predominante para volúmenes medianos y grandes de frutas tropicales con vida útil de 2-4 semanas post-cosecha. El tiempo de tránsito desde puertos peruanos (Callao, Paita) hasta Hamburgo vía Canal de Panamá es de aproximadamente 18-22 días.

Transporte aéreo:

El Aeropuerto de Frankfurt es el principal hub aéreo de carga de Alemania y uno de los más importantes de Europa para productos perecederos. Frutas tropicales de vida útil corta, alto valor comercial, o demanda urgente pueden transportarse vía aérea.

El transporte aéreo ofrece ventajas de rapidez (tiempo de tránsito Lima-Frankfurt aproximadamente 15-20 horas de vuelo más tiempos de conexión y trámites) y frescura del producto, pero con costo significativamente superior al marítimo y mayor huella de carbono (tema de creciente preocupación entre consumidores alemanes).

Criterios de selección de proveedores

Los importadores y retailers alemanes evalúan a potenciales proveedores de frutas tropicales según los siguientes criterios, en orden de importancia:

1. **Calidad del producto:** consistencia en calidad (apariencia, sabor, textura, vida útil), cumplimiento de especificaciones técnicas, y frescura garantizada
2. **Cumplimiento de normas sanitarias y fitosanitarias:** certificado fitosanitario válido, cumplimiento estricto de LMR, ausencia de rechazos en frontera
3. **Certificaciones:** GLOBALG.A.P. considerado indispensable; certificaciones adicionales (orgánico, Fairtrade, Rainforest Alliance, GRASP) altamente valoradas
4. **Capacidad de suministro y fiabilidad:** volúmenes disponibles, continuidad de suministro durante temporada, cumplimiento de compromisos de entrega
5. **Precios competitivos:** aunque no es el único factor, los precios deben ser competitivos respecto a orígenes alternativos considerando calidad ofrecida
6. **Eficiencia logística:** experiencia en exportación, manejo adecuado de cadena de frío, empaques apropiados, paletización conforme estándares europeos
7. **Relaciones a largo plazo:** preferencia por proveedores con visión de asociación estratégica de largo plazo vs. transacciones puntuales
8. **Reputación y experiencia:** historial verificable de exportaciones exitosas, referencias de otros clientes, presencia en mercado internacional
9. **Sostenibilidad y responsabilidad social:** prácticas ambientales sostenibles, condiciones laborales dignas, contribución al desarrollo de comunidades productoras
10. **Transparencia y comunicación:** disposición a proporcionar información detallada sobre trazabilidad, prácticas de cultivo, y resolución proactiva de problemas

El mercado alemán de frutas tropicales frescas combina un crecimiento sostenido de la demanda con exigencias estrictas en materia de calidad, sostenibilidad y certificaciones. El Perú cuenta con condiciones agroclimáticas y una oferta creciente para consolidar su presencia en este destino. Exportemos.pe pone a disposición de las empresas peruanas información especializada y herramientas que facilitan el cumplimiento de requisitos y la identificación de socios comerciales en Alemania.

7. Contactos de interés

Organismos Internacionales y Gubernamentales

Amfori. (2025). *Business Social Compliance Initiative (BSCI)*. <https://www.amfori.org/>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2020, 7 de julio). *Changes in European phytosanitary regulations for fresh fruit and vegetables*. <https://www.cbi.eu/news/changes-european-phytosanitary-regulations-fresh-fruit-and-vegetables>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2023, 16 de octubre). *Entering the German fresh fruit and vegetables market*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/germany-0/market-entry>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2023, 16 de octubre). *The German market potential for fresh fruit and vegetables*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/germany-0/market-potential>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2024, 22 de enero). *Exporting exotic tropical fruit to Europe*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/exotic-tropical-fruit>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2024, 22 de enero). *The European market potential for exotic fruit*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/exotic-tropical-fruit/market-potential>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2025, 15 de junio). *Fresh fruit and vegetables: Buyer requirements in Europe*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/buyer-requirements>

Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries [CBI]. (2026, 30 de diciembre). *What is the demand for fresh fruit and vegetables on the European market?* <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/what-demand>

Comisión Europea. (2024). *EU-Colombia-Peru-Ecuador Trade Agreement*. Access2Markets. <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/cs/content/eu-colombia-peru-ecuador-trade-agreement>

Comisión Europea. (2021, 15 de diciembre). *Plant health rules*. Food Safety. https://food.ec.europa.eu/plants/plant-health-and-biosecurity/plant-health-rules_en

Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO]. (2025). *Major Tropical Fruits Market Review*. <https://www.fao.org/markets-and-trade/publications/major-tropical-fruits-archive/en>

GLOBALG.A.P. (2025). *Integrated Farm Assurance Standard - Fruits and Vegetables*. <https://www.globalgap.org/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2013). *Acuerdo Comercial Perú - Unión Europea*. Acuerdos Comerciales del Perú. https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Union_Europea/inicio.html

Parlamento Europeo. (2014). *Trade Agreement with Colombia and Peru*. https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/inta/dv/896/896710/896710en.pdf

Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA]. (2021). *Procedimiento Integrado de Exportación Vegetal*. <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2017/01/PROCEDIMIENTO-INTEGRADO-DE-EXPORTACION-VEGETAL-1.pdf>

Servicio Nacional de Sanidad Agraria [SENASA]. (2026, 5 de enero). *Obtener certificado fitosanitario de exportación o reexportación de plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/10093-obtener-certificado-fitosanitario-de-exportacion>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT]. (2025). *Clasificación Arancelaria - Partida 0810*. ADUANET. <http://www.aduanet.gob.pe/>

U.S. Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service [USDA-FAS]. (2024). *Product Brief Fresh Fruit Germany*. Global Agricultural Information Network. <https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Product+Brief+Fresh+Fruit+Berlin+Germany+GM2024>

World Integrated Trade Solution [WITS]. (2017). *European Union tariffs on Peru*. World Bank. <https://wits.worldbank.org/tariff/trains/en/country/EUN/partner/PER/product/all>

Regulaciones de la Unión Europea

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2002). Reglamento (CE) N° 178/2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32002R0178>

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2004). Reglamento (CE) N° 852/2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32004R0852>

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2005). Reglamento (CE) N° 396/2005, relativo a los límites máximos de residuos de plaguicidas. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32005R0396>

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2011). Reglamento (UE) N° 1169/2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32011R1169>

Comisión Europea. (2011). Reglamento de Ejecución (UE) N° 543/2011, por el que se establecen disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) N° 1234/2007 en los sectores de las frutas y hortalizas. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32011R0543>

Parlamento Europeo y Consejo de la Unión Europea. (2018). Reglamento (UE) 2018/848, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32018R0848>

Comisión Europea. (2019). Reglamento de Ejecución (UE) 2019/2072, por el que se establecen condiciones uniformes para la ejecución del Reglamento (UE) 2016/2031 en lo que se refiere a las medidas de protección contra las plagas de los vegetales. *Diario Oficial de la Unión Europea*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32019R2072>

Instituciones Peruanas de Promoción Comercial

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ]. (2020). *Maracuyá - Perfil de Mercado*. Boletines Exportemos. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27599.PDF>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ]. (2024). *Ficha de Mercado - Pitahaya*. Repositorio PROMPERÚ. <https://repositorio.promperu.gob.pe/>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ]. (2024). *Cartilla de requisitos de acceso - Alemania frutas frescas*. Repositorio PROMPERÚ. <https://repositorio.promperu.gob.pe/>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERÚ]. (2026). *Exportaciones de granadilla, maracuyá (parchita) y demás frutas de la pasión - Subpartida 0810901000*. Exportemos.pe. <https://exportemos.pe/descubre-oportunidades-de-exportacion/producto/0810901000/pdf>

Reportes de Mercado e Inteligencia Comercial

Farrelly Mitchell. (2024, 17 de noviembre). *Exotic Fruits in the European Market*. <https://farrellymitchell.com/agribusiness-market-research/exotic-fruits-european-market/>

GTAIC. (2026, 15 de enero). *Fresh Edible Fruits market in Germany: Price overview & outlook in 2026*. <https://gtaic.ai/market-reports/fresh-edible-fruits-market-germany-outlook-in-2026>

Import Promotion Desk. (2020). *Exporting fresh tropical fruits from Colombia, Ecuador and Peru to Europe* [Documento PDF]. https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/Exporteure_PFS/Fresh_Produce/PFS_FreshTropicalFruits.pdf

LinkedIn Market Intelligence. (2025, 13 de noviembre). *Germany Tropical Fruit and Vegetable Raw Products Market*. <https://www.linkedin.com/pulse/germany-tropical-fruit-vegetable-raw-products-market-facdf>

LinkedIn Market Intelligence. (2026, 13 de enero). *Germany Exotic Fruit Market Size, End-User & Customer Insights*. <https://www.linkedin.com/pulse/germany-exotic-fruit-market-size-end-user-yeqxf>

Mordor Intelligence. (2025). *Análisis de Tamaño y Participación del Mercado de Pitahaya*. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/dragon-fruit-market>

Tridge. (2024, 28 de octubre). *Germany Fresh Dragon Fruit market overview 2024*. <https://www.tridge.com/intelligences/dragon-fruit/DE>

Portales de Noticias Agrícolas

Fresh Fruit Peru. (2025, 19 de enero). Remesas de pitahaya siguieron en ascenso durante 2024. <https://freshfruit.pe/2025/01/19/remesas-de-pitahaya-siguieron-en-ascenso-durante-2024/>

Fresh Fruit Portal. (2024, 28 de octubre). Peruvian pitahaya exports increased nearly 600% in a year. <https://www.freshfruitportal.com/news/2024/10/28/peruvian-pitahaya-exports-increased-nearly-600-in-a-year/>

Fresh Plaza. (2024, 20 de febrero). Peruvian pitahaya exports increased significantly in 2023. <https://www.freshplaza.com/latin-america/article/9602244/peruvian-pitahaya-exports-increased-significantly-in-2023/>

Fresh Plaza. (2026, 22 de enero). Germany is eating less fruit than ever before. <https://www.freshplaza.com/europe/article/9804144/germany-is-eating-less-fruit-than-ever-before/>

Fresh Plaza España. (2026, 2 de febrero). El acuerdo con Mercosur podría tener un impacto positivo en la importación de frutas tropicales. <https://www.freshplaza.es/spain/article/9807624/el-acuerdo-con-mercotur-podria-tener-un-impacto-positivo>



prom
perú