



Informe de mercado para jengibre en polvo en Alemania

PROMPERÚ, 2026

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

Departamento de Inteligencia de Mercados

Coordinador: Franck Pucutay

Elaborado por: Lucelly Sanchez

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

I. Descripción del producto	4
II. Tamaño de mercado.....	5
III. Análisis de la demanda	6
IV. Presentaciones y precios	10
V. Requisitos de acceso al mercado.....	12
VI. Canales de distribución	13
VII. Contactos de interés	15

I. Descripción del producto

El nombre científico del jengibre o kion es *Zingiber officinale*, especie que pertenece a la familia de *Zingiberaceae*. Es una planta que puede alcanzar unos 1,5 metros de altura, sus hojas son alargadas midiendo alrededor de 20 cm. sus flores son inflorescencias que emergen desde la base, mostrando tonalidades variables según la variedad; generalmente presentan tres sépalos de color amarillo claro y tres pétalos de tonalidad guinda con manchas claras.

El rizoma o tallo subterráneo del jengibre contiene un sabor intenso y característico siendo altamente valorado en la industria alimentaria tanto en su presentación fresca y como en polvo, donde se utiliza como condimento o sazónador por su aporte picante. Además de su aplicación gastronómica, el jengibre destaca por su amplio uso en la medicina tradicional debido a sus diversos beneficios como el fortalecimiento del sistema inmunológico, digestivos, entre otros, siendo uno de los remedios naturales más difundidos por sus múltiples propiedades terapéuticas para el tratamiento de diversas afecciones.

Respecto a la producción nacional de jengibre, este se concentra principalmente en la región Junín, donde en el 2023 alcanzó un volumen aproximado de 50 980 toneladas, cultivadas en una superficie superior a las 3 000 hectáreas, con un rendimiento promedio cercano a 16 toneladas por hectárea, según el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego - MIDAGRI. En el ámbito internacional, el Perú se posicionó como el segundo mayor exportador de jengibre, destacando las provincias de Chanchamayo y Satipo, que en conjunto aportan el mayor volumen destinado a los mercados internacionales.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción mundial de jengibre abarca aproximadamente 43 países en el mundo, siendo los principales países productores de Asia y África como India, Nigeria y China que concentran el 68% de la producción mundial, mientras que Perú ocupó el noveno lugar entre los productores mundiales.

Cuadro 1
Perú: Partidas arancelarias

Partida Arancelaria	Descripción
0910.12.00.00	Jengibre triturado o pulverizado

Fuente: Sunat, 2026

II. Tamaño de mercado

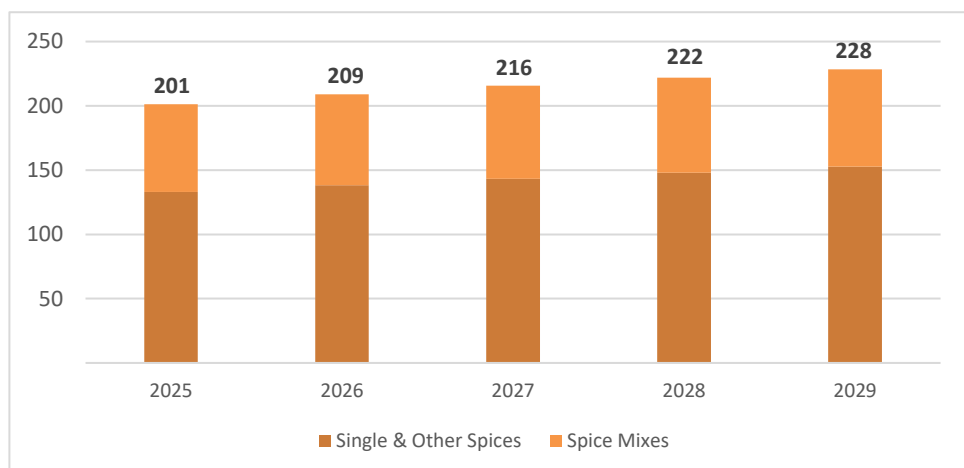
Alemania fue la principal economía a nivel de Europa con un PBI de USD 5 billones durante el 2025 y se proyecta que será la tercera economía a nivel mundial durante el 2026 según Focus Economics. Este país cuenta con una población de 83,66 millones de habitantes y con un ingreso per cápita alto de USD 60 mil durante el año 2025. Además, posee una economía de libre mercado y ha pasado a tener una economía social ecológica con un enfoque en justicia social y sostenibilidad ambiental.

A nivel gremial, en este mercado se encuentran dos asociaciones la Asociación Alemana de la Industria de Especies que concentran a 86 empresas que procesan y refinan especias y mezclas de condimentos, así como importadores de jengibre, pimienta, cilantro, otros. Así como la Asociación Alemana de Comerciantes de Hierbas y Especies conformada por 14 empresas que son fabricantes, mayoristas y minoristas. Mientras que a nivel de Europa se encuentra la Asociación Europea de Especies con más de 350 empresas de la industria de especias y hierbas culinarias secas de 20 países.

A nivel mundial, Alemania concentró aproximadamente el 6,7 % del mercado global de jengibre en polvo en 2024, consolidando su relevancia dentro del comercio internacional de este producto, mientras que, a nivel de Europa este mantiene el liderazgo regional. El jengibre en polvo convencional concentró la mayor participación durante dicho periodo por volumen y valor, mientras que el jengibre en polvo orgánico destaca como el segmento con mayor potencial, impulsado por la preferencia de los consumidores alemanes por productos naturales y sostenibles, según Deep Market Insights (2024).

En este mercado hay una referencia del valor de mercado para el segmento de especias individuales, otros y mixtas el cual tuvo un valor de USD 201 millones durante el año 2025 con tasa anual de 2,70 %, además en términos de volumen se comercializaron alrededor de 2 690 toneladas manteniendo un crecimiento del 1,45 %. La proyección de los valores de comercialización de hierbas secas alcanzará un valor de mercado de alrededor de USD 228 millones hacia el 2029, valor de mercado que incrementará en los próximos cinco años a una tasa anual de 3,40 %, según GlobalData (2025).

Gráfico 1
Alemania: Segmentos de especias individuales, otras y mixtas 2025-2029



Fuente: GlobalData, 2025

Alemania no es productor de jengibre e importa principalmente jengibre fresco, seco y en polvo para satisfacer la demanda culinaria de los consumidores, impulsada también por sus diversos beneficios para la salud, que se ha mantenido incluso después de la pandemia, además gracias al puerto de Hamburgo es un punto clave para la comercialización y distribución de especias y condimentos el cual permite conectar con empresas como Worlée, Ako the spice company o Fush. Por otro lado,

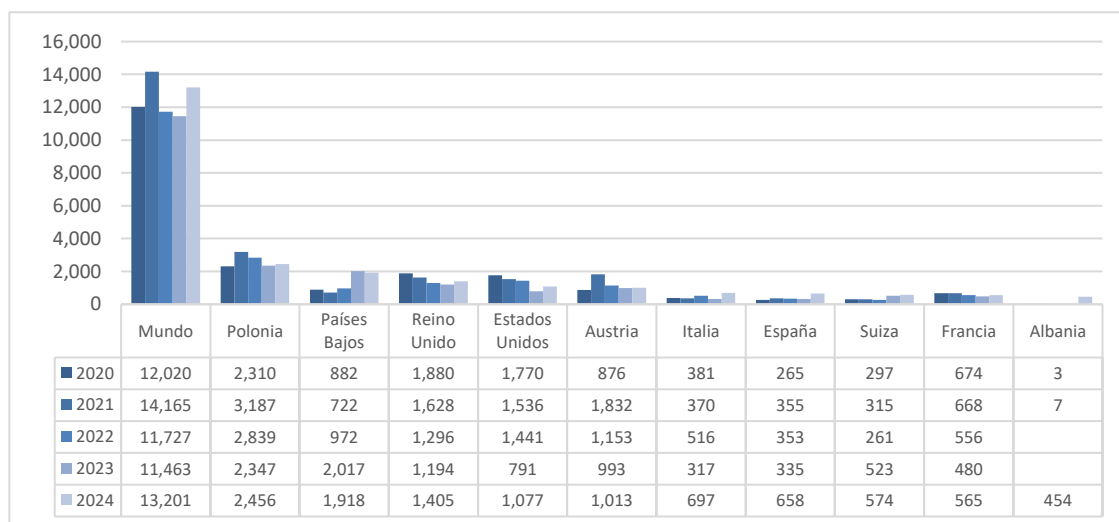
Alemania es un mercado relevante de la Unión Europea por su alta preferencia por productos orgánicos teniendo empresas que comercializan estos productos como son Lebensbaum, Herbania, Biowagner, además de las tiendas especializadas como Gewürze der Welt, según el CBI (2024).

Según Allied Market Research (2024), dentro del mercado de especias orgánicas valorizado en USD 82 millones, el 15% de la participación corresponde al producto jengibre orgánico es decir USD 12 millones y hacia el 2029 alcanzará un valor de USD 17 millones el cual incluye las siguientes presentaciones: jengibre en polvo, granulado, en extracto y otros.

Entre las principales marcas del segmento de especias individuales, otros y mixtas que se encuentran en el mercado alemán son: Alba, cuyas ventas minoristas alcanzaron los USD 28 millones que tiene en su portafolio especias mixtas, seguido de Lafer que comercializó alrededor de USD 8 millones vendiendo especias individuales y otras, Bamboo Garden que comercializó alrededor de USD 7,6 millones de especias mixtas, seguido de Lien Ying empresa que tiene entre sus productos al jengibre en polvo y cuyas ventas minoristas fueron de USD 7,5 millones, está también la marca Bende y Ostman cuya facturación alcanzaron USD 3,9 millones y USD 3,4 millones.

Para el 2024, Alemania registró en exportaciones de jengibre, triturados o pulverizados un valor de USD 13 millones logrando una variación positiva del 15% con respecto al año 2023. Los principales mercados de destino de sus exportaciones fueron principalmente países europeos: Polonia con envíos de USD 2 millones, seguido de Países Bajos con envíos de USD 2 millones y Reino Unido con envíos de USD 1 millones respectivamente, estos tres mercados representaron el 44% de los destinos principales del país analizado.

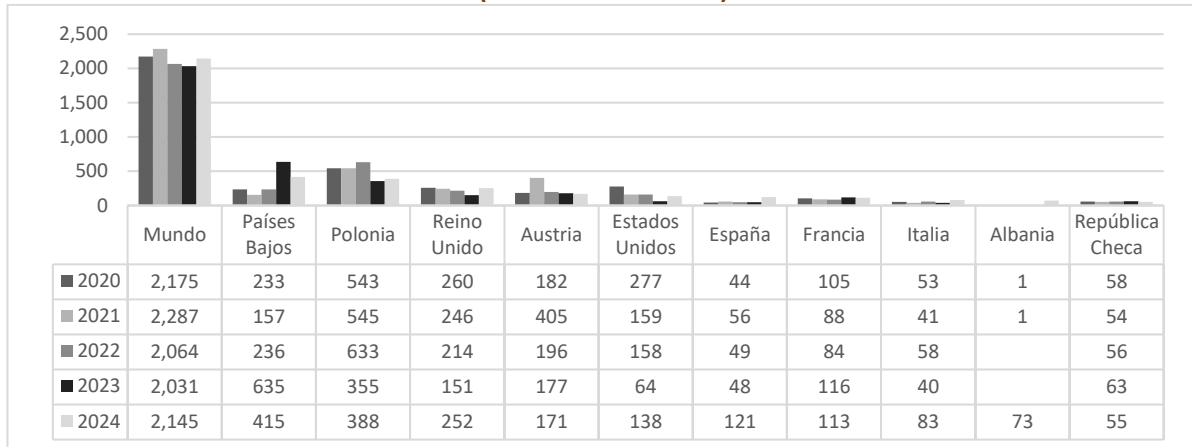
Gráfico 2
Principales países de destino de las exportaciones de Alemania, 2024
(miles USD)



Fuente: Trademap, 2024
Partida arancelaria: 091012

Las exportaciones de jengibre, triturados o pulverizados en términos de volumen han alcanzado las 2 mil toneladas durante el 2024. Durante ese año, Alemania envió 415 toneladas a Países Bajos quien tuvo una caída de 35 % con respecto al año anterior, mientras que a Polonia envió 415 toneladas y a Reino Unido envió 252 toneladas con variaciones positivas de 9 % y 67 % respectivamente.

Gráfico 3
Países de destino de las exportaciones de Alemania, 2024
(volumen toneladas)

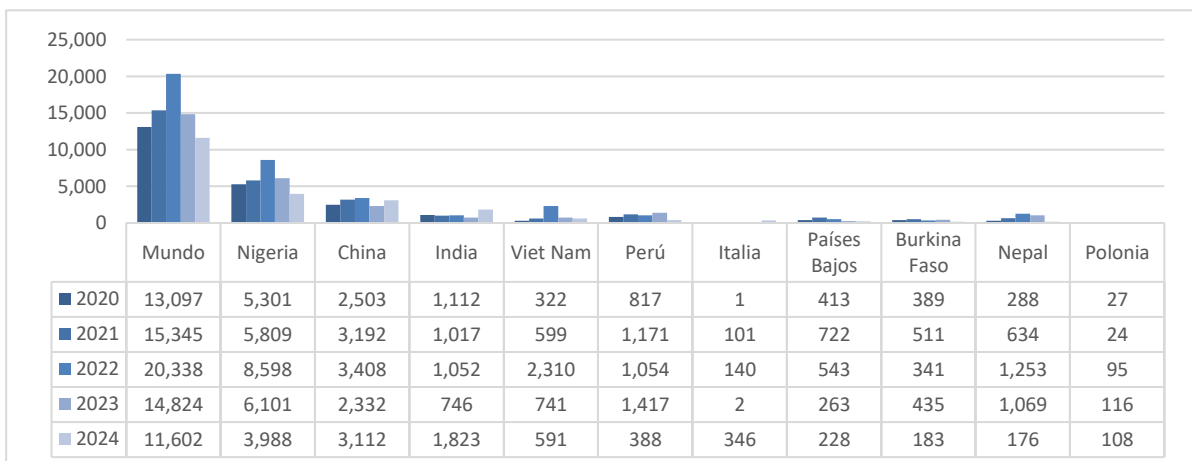


Fuente: Trademap, 2024
 Partida arancelaria: 091012

Durante el 2024, Alemania importó de jengibre, triturados o pulverizados alrededor de USD 11 millones y tuvo una caída del 22 % con respecto al año anterior debido a la disminución en las compras proveniente de su principal proveedor Nigeria por problemas de hongos en el producto que afectó a dicho proveedor durante el 2023. Entre los principales proveedores además de Nigeria cuya participación en el valor de las importaciones alemanas tuvo el 32 %, está China con una participación del 27 % que va alcanzando a Nigeria y luego sigue India con una participación de 16 %. Posteriormente con valores más pequeños aparecen Vietnam, Perú e Italia con participaciones de 5 %, 3 % y 3 % respectivamente.

Durante mayo del 2025, se detectó en este mercado que el jengibre en polvo vendidos en supermercados contenía la bacteria Bacillus Cereus, producto provisto por un comerciante de especias turco, el cual fue retirado inmediatamente del mercado alemán, según la noticia difundida por Yeniakit (2025). Posteriormente a ello, según la noticia publicada por Sözcü – Dunya (2025) se detectó que algunos productos de jengibre en polvo de marcas turcas como Suntat, Yaren y Ezogelin, contenían aflatoxina dañina producida por el moho Aspergillus, que representó un riesgo de generar cáncer, productos que también fueron retirados del mercado.

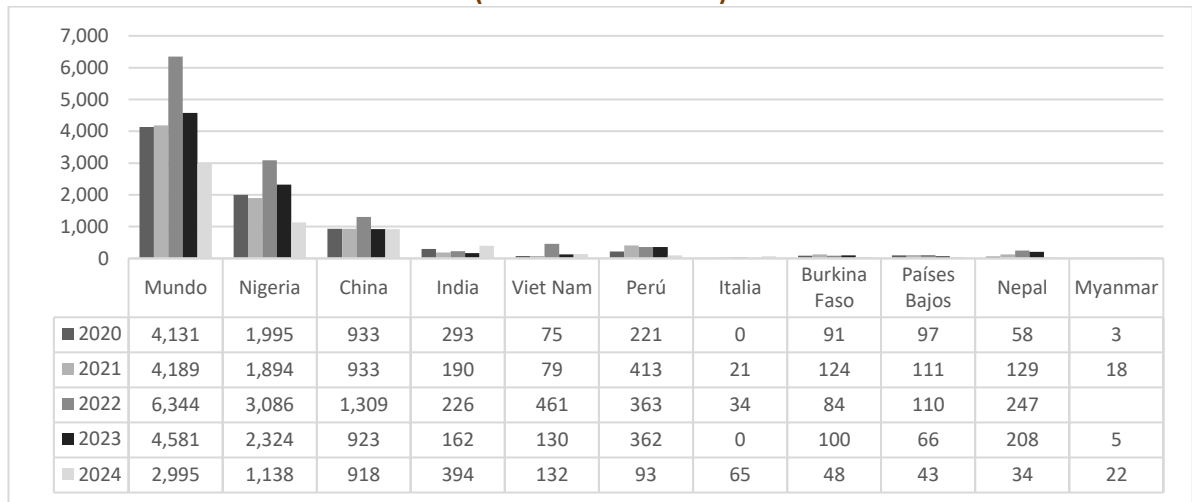
Gráfico 4
Principales países de origen de las importaciones de Alemania, 2024
(miles USD)



Fuente: Trademap, 2024
 Partida arancelaria: 091012

En el gráfico 5, se encuentran los principales países proveedores de jengibre, triturados o pulverizados expresados en toneladas hacia el mercado alemán. En el 2024, el volumen importado por Alemania alcanzó las 2995 toneladas con una variación negativa de 8 %, entre los principales proveedores están Nigeria con el mayor volumen con mil toneladas, en segundo lugar, está China con un volumen de 918 toneladas y luego aparece India con 394 toneladas. Los proveedores en término de volumen han mantenido posiciones similares a los valores exportados a este mercado.

Gráfico 5
Principales países de origen de las importaciones de Alemania, 2024
(Volumen toneladas)



Fuente: Trademap, 2024
 Partida arancelaria: 121190

III. Análisis de la demanda

Los consumidores alemanes incorporan entre sus opciones estilos de cocina internacional, esto impulsa la demanda de especias exóticas utilizadas tradicionalmente en otras culturas. Esta tendencia crece más en la población joven, que les gusta experimentar con los ingredientes y lograr obtener sabores únicos con insumos que sean saludables, naturales, sostenibles y orgánicos. Encontrando en este mercado una creciente disponibilidad de especias orgánicas en supermercados y tiendas especializadas.

Además, estos consumidores llevan un estilo de vida ajetreado, que hace que busquen mezclas de especias listas para usar y de acceso rápido lo que está impulsando las compras de especias por internet canal donde encuentran especias nuevas o de difícil acceso. Esta tendencia de especias listas para usar se está volviendo esencial entre los consumidores, lo que impulsa a empresas del sector a innovar y mejorar su oferta para satisfacer la demanda exigente del canal tradicional y también del online.

Uno de los factores que influye en la decisión de compra de los alemanes es la calidad y la procedencia de los productos, en este mercado existen estrictas regulaciones que buscan garantizar la inocuidad y seguridad de los productos. Además, la diversidad cultural de su población impulsa en la cocina una mezcla de sabores tradicionales e internacionales y por ende la demanda de especias únicas y auténticas, según Statista (2025).

A inicios del 2025, la población alemana estuvo conformada por alrededor de 14 millones de personas extranjeras, cifra que representó el 17 % del total de habitantes. Esta diversidad cultural proviene en parte de Europa, de países como Turquía, Rumanía y Polonia. De Asia, donde se estima que hay 3,2 millones de personas procedentes de dicha región, además de alrededor de 800 000

personas de países africanos y más de 350 000 provenientes del continente americano, según *Immigrant Times* (2025).

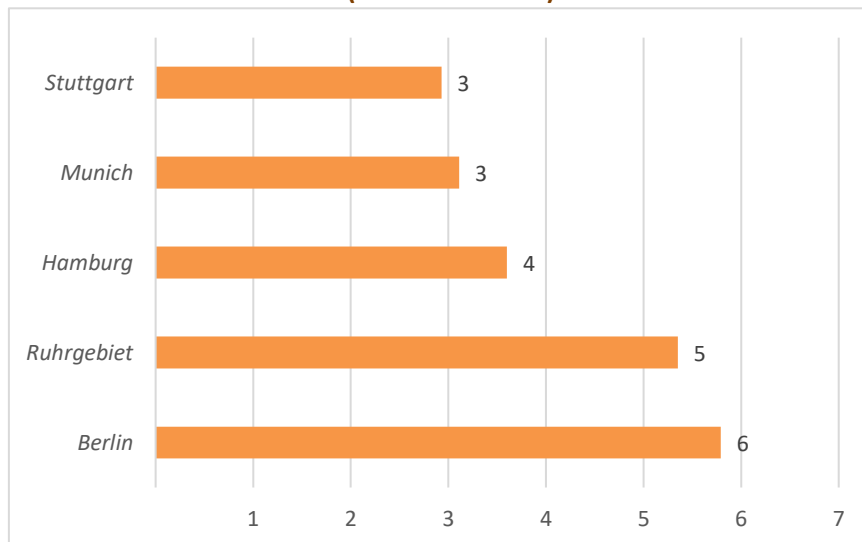
El consumo per cápita alemán de especias y hierbas culinarias fue de 0,2 kilogramos durante 2024 y se proyecta que hacia el 2030 se mantenga. También se conoce que el ingreso per cápita de este segmento fue de USD 5,56 en el 2024 y se proyecta que crezca a USD 7,28 al 2030, según datos de *Statista* (2025).

Según *Mintel* (2023), en los últimos años los hogares alemanes han estado en búsqueda de alternativas de productos que intensifiquen el sabor ya que en gran medida incorporan condimentos en sus preparaciones culinarias. Además, indica que el gobierno alemán impulsaría el aumento del valor agregado a los restaurantes lo que influirá en las decisiones de los alemanes por la preparación de sus comidas en el hogar, impulsando la demanda de especias además de que estos productos contengan un mayor valor agregado o que sean condimentos Premium que enriquezcan sus experiencias culinarias.

También identificaron que, en los grupos etarios, los consumidores jóvenes entre 16 y 34 años, se ven influenciados por las redes sociales, que, a través de los viajes y experiencias nostálgicas, despiertan el interés por sabores internacionales mientras que los consumidores de mayores edades mantienen una fuerte preferencia por la compra de especias de manera presencial.

Respecto al consumo por volumen expresados en toneladas de las principales ciudades de Alemania se identificó que Berlín, lideró el primer lugar con un consumo de 6 mil toneladas de hierbas, especias y condimentos, seguido de la ciudad de *Ruhrgebiet* con 5 mil toneladas, luego está Hamburgo con un consumo de 4 mil toneladas, luego aparecen *Munich* y *Stuttgart* con un consumo de 3 mil toneladas respectivamente.

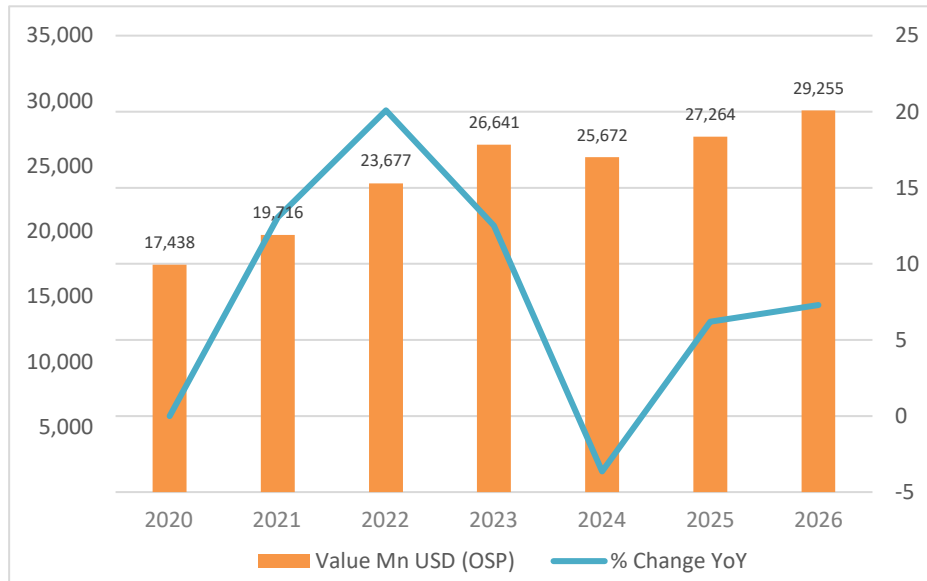
Gráfico 6
Consumo de hierbas, especias y condimentos de las principales ciudades de Alemania, 2024
(miles toneladas)



Fuente: GlobalData, 2024

Otro de los sectores que está creciendo en Alemania es el sector de *Food Service* donde alcanzó los USD 26 mil millones durante el 2024 y se prevé que alcanzará un valor de USD 29 mil millones hacia el año 2026. Además, este sector tendrá un crecimiento del 6,2 % hacia el 2025 y 7,3 % hacia el 2026.

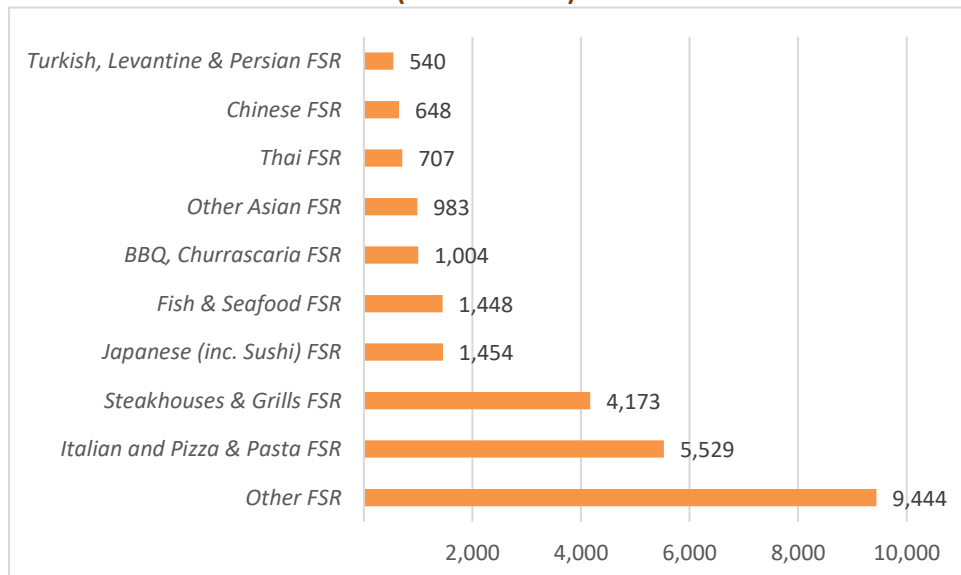
Gráfico 7
Valor de mercado del *food service* en Alemania, 2020-2026
(Millones USD)



Fuente: GlobalData, 2026

En este segmento *food service*, está demandando cada vez más especias además desean incorporar nuevos sabores para ofrecer una variada oferta de platillos. Entre los tipos de cocina que generan más ingresos dentro de este sector están principalmente la cocina italiana de pizza & pasta, seguido de asadores de parrilla, la comida japonesa y pescados y mariscos.

Gráfico 8
Tipos de cocinas que ofrecen los restaurantes en Alemania, 2023
(millones USD)



Fuente: GlobalData, 2023

IV. Presentaciones y precios

Tabla 2
Presentaciones y precios del jengibre en Alemania, 2026

Imagen referencial del producto	Datos del producto	
	Nombre del Producto	Jengibre molido
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Ostmann
	Precio	€ 2,49
	Peso Neto	35 g
	País de Fabricación	Alemania
	País de Distribución	Alemania
	Nombre del Producto	Ginger Root
	Presentación	Envase de plástico
	Marca	Nature's
	Precio	€ 5,69
	Peso Neto	100 g
	País de Fabricación	Estados Unidos
	Nombre del Producto	Jengibre en polvo
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	TRS
	Precio	€ 5,79
	Peso Neto	400 g
	País de Fabricación	India
	Nombre del Producto	Jengibre en polvo
	Presentación	Bolsa doypack
	Marca	Krautschmaus
	Precio	€ 13,99
	Peso Neto	800 g

	País de Fabricación	-
	País de Distribución	Alemania
	Nombre del Producto	Jengibre en polvo orgánico
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Imbir
	Precio	€ 6,99
	Peso Neto	60 g
	País de Fabricación	-
	País de Distribución	Alemania
	Nombre del Producto	Shot de jengibre
	Presentación	Envase de plástico
	Marca	Innocent
	Precio	€ 1,99
	Peso Neto	80 ml
	País de Fabricación	-
País de Distribución	Alemania	

V. Requisitos de acceso al mercado

El jengibre es un producto de la categoría de riesgo fitosanitario CRF (3) regulado por Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (SENASA). La exportación de este producto debe contar con el certificado fitosanitario el cual debe ser tramitado virtualmente a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).

Instituciones que regulan los requisitos de importación en el país de destino son:

- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)
- Autoridad competente DG SANTE de la Comisión Europea – Salud y Seguridad Alimentaria
- Ministerio Federal de Agricultura, Alimentación e Identidad Regional

Según *Market Access Map* entre los requisitos de importación se encuentran:

Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal:

Las normas pertinentes de higiene de los alimentos que los operadores de empresas alimentarias de terceros países deben respetar se incluyen en el Reglamento (CE) n.º 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo donde se indica la obligación general del operador de supervisar la seguridad alimentaria de los productos y procesos bajo su responsabilidad; disposiciones generales de higiene para la producción primaria y requisitos detallados para todas las etapas de producción, procesamiento y distribución de alimentos; criterios microbiológicos para determinados productos establecidos en el Reglamento (CE) n.º 2073/2005 de la Comisión (DO L-338 22/12/2005) (CELEX

32005R2073); procedimientos basados en los principios del Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) y probación y registro de establecimientos.

Control de residuos de plaguicidas en productos vegetales y animales destinados al consumo humano:

Plantas, productos vegetales y su protección. El reglamento (CE) n.º 1107/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-309 de 24/11/2009) (CELEX 32009R1107) establece normas y procedimientos para la comercialización de sustancias activas en la UE y para la autorización por los Estados miembros de productos fitosanitarios que las contengan. Las sustancias activas no pueden utilizarse en productos fitosanitarios a menos que estén incluidas en una lista positiva de la UE. Dichas sustancias se incluyen en la Base de Datos de Plaguicidas de la UE. Una vez incluida una sustancia en la lista, los Estados miembros pueden autorizar el uso de productos que la contengan.

Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal:

Disposiciones especiales sobre alimentos modificados genéticamente (MG) y nuevos alimentos. Basándose en el dictamen de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA), la Comisión elabora una propuesta para conceder o denegar la autorización, que debe ser aprobada por el Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y de Sanidad Animal. Los alimentos y piensos autorizados se inscriben en el Registro Comunitario de Alimentos y Piensos MG. Normas generales de higiene alimentaria.

Control fitosanitario:

Las importaciones en la Unión Europea de vegetales, productos vegetales y cualquier otro material capaz de albergar plagas vegetales (por ejemplo, productos y contenedores de madera, tierra, etc.) pueden estar sujetas a las siguientes medidas de protección, establecidas por la Directiva 2000/29/CE del Consejo (DO L-169 10/07/2000) (CELEX 32000L0029): prohibiciones de importación; certificado fitosanitario y/o certificado fitosanitario para reexportación; inspección aduanera y controles fitosanitarios; registro de importadores y aviso previo a las importaciones.

Control de contaminantes en productos alimenticios:

Para garantizar un alto nivel de protección del consumidor, las importaciones de productos alimenticios a la Unión Europea deben cumplir con su legislación, diseñada para garantizar que los alimentos comercializados sean seguros para el consumo y no contengan contaminantes en niveles que puedan amenazar la salud humana. Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos (incluidas frutas y verduras, carne, pescado, cereales, especias, productos lácteos, etc.) como resultado de las distintas etapas de su producción, envasado, transporte o almacenamiento, o también pueden resultar de la contaminación ambiental. El Reglamento (CEE) n.º 315/93 del Consejo, de 8 de febrero de 1993, por el que se establecen procedimientos comunitarios en relación con los contaminantes presentes en los productos alimenticios (DO L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315), regula la presencia de dichos contaminantes en los productos alimenticios de la UE: los alimentos que contengan un contaminante en una cantidad inaceptable desde el punto de vista de la salud pública y, en particular, a nivel toxicológico, no se comercializarán en el mercado de la UE y serán rechazados, los niveles de contaminantes se mantendrán tan bajos como sea razonablemente posible siguiendo las buenas prácticas de trabajo recomendadas y se podrán establecer niveles máximos para determinados contaminantes con el fin de proteger la salud pública.

Normas generales sobre el etiquetado de los alimentos:

Las nuevas disposiciones relativas a la información alimentaria obligatoria que debe acompañar a todo alimento destinado al suministro al consumidor final deberán contener el nombre del alimento, el nombre del producto alimenticio será su nombre legal. No se sustituirá por un nombre protegido como propiedad intelectual, marca o nombre de fantasía. Lista de ingredientes incluirá todos los ingredientes (incluidos los aditivos o enzimas) en orden descendente de peso registrado en el momento de su uso en la fabricación y designados por su nombre específico, se requerirá la

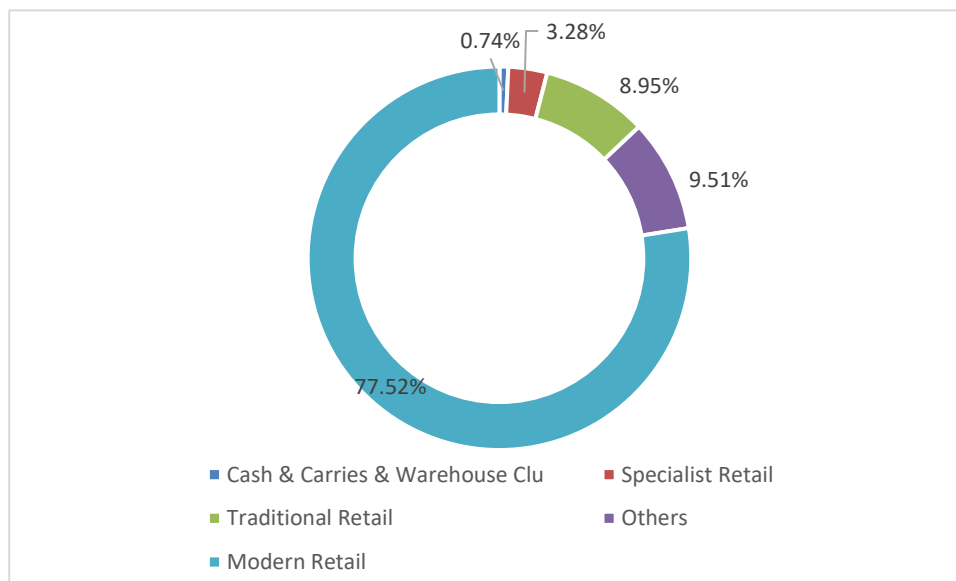
indicación de la cantidad de un ingrediente/categoría de ingredientes cuando aparezca en el nombre del alimento o el consumidor lo asocie habitualmente con él; se destaque en el etiquetado mediante palabras, imágenes o gráficos; o sea esencial para identificar un alimento y distinguirlo de otros productos similares. Respecto a la cantidad neta, se expresará en unidades de masa como kilogramo o gramo.

VI. Canales de distribución

En el mercado alemán existen tres principales canales de comercialización para la categoría de hierbas, especias y condimentos que son los siguientes:

- Retail moderno: Este es el principal canal de comercialización alcanzando ventas por un valor de USD 502 millones, este canal tuvo una participación del 78 %.
- Retail tradicional: Es el segundo canal que generó ventas minoristas de USD 58 millones, este canal concentró el 9 % de la comercialización de la categoría.
- Retail especializados: Este último canal representó el 3 % de la cuota de ventas es decir USD 21 millones.

Gráfico 9
Canales de distribución de hierbas, especias y condimentos en Alemania, 2024



Fuente: GlobalData, 2024

VII. Contactos de interés

Tabla 3
Principales contactos

Entidad	Sitio web	Teléfono	Correo
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria	https://www.efsa.europa.eu/	-	servicedesk@efsa.europa.eu
Autoridad competente DG SANTE de la Comisión Europea – Salud y Seguridad Alimentaria	https://food.ec.europa.eu/	+800 678 9 1011	-
Ministerio Federal de Agricultura, Alimentación e Identidad Regional	https://www.bmleh.de/	+49 30 /1 8529 - 0	poststelle@bmleh.bund.de
Aduanas de Alemania	https://www.zoll.de/	+800 800 7 5451	-
Asociación Alemana de Comerciantes de Hierbas y Especies	https://wga-hh.de/	+49 40 236016-0	contact@wga-hh.de



prom
perú