



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

PROTEINAS VEGETALES: Una oportunidad para el mercado alemán

Erick García

egarciag@promperu.gob.pe

Lima, 20 de noviembre de 2024

Agenda

1. Aspectos generales del mercado
2. Tendencias y Oportunidades Comerciales
3. Acciones de PROMPERÚ en Alemania

1

Aspectos generales del mercado

¿Sabías qué?

- El consumidor Alemán se preocupa por tomar acción en la prevención de enfermedades y mantener una buena salud; un 77% consume complementos alimenticios y de ellos el 60% consume vitaminas, un 35% minerales, y un 25% proteínas*.
- Asimismo, en cuanto a educación el 31% tiene formación profesional y un 25% tiene formación secundaria.

Conoce Alemania

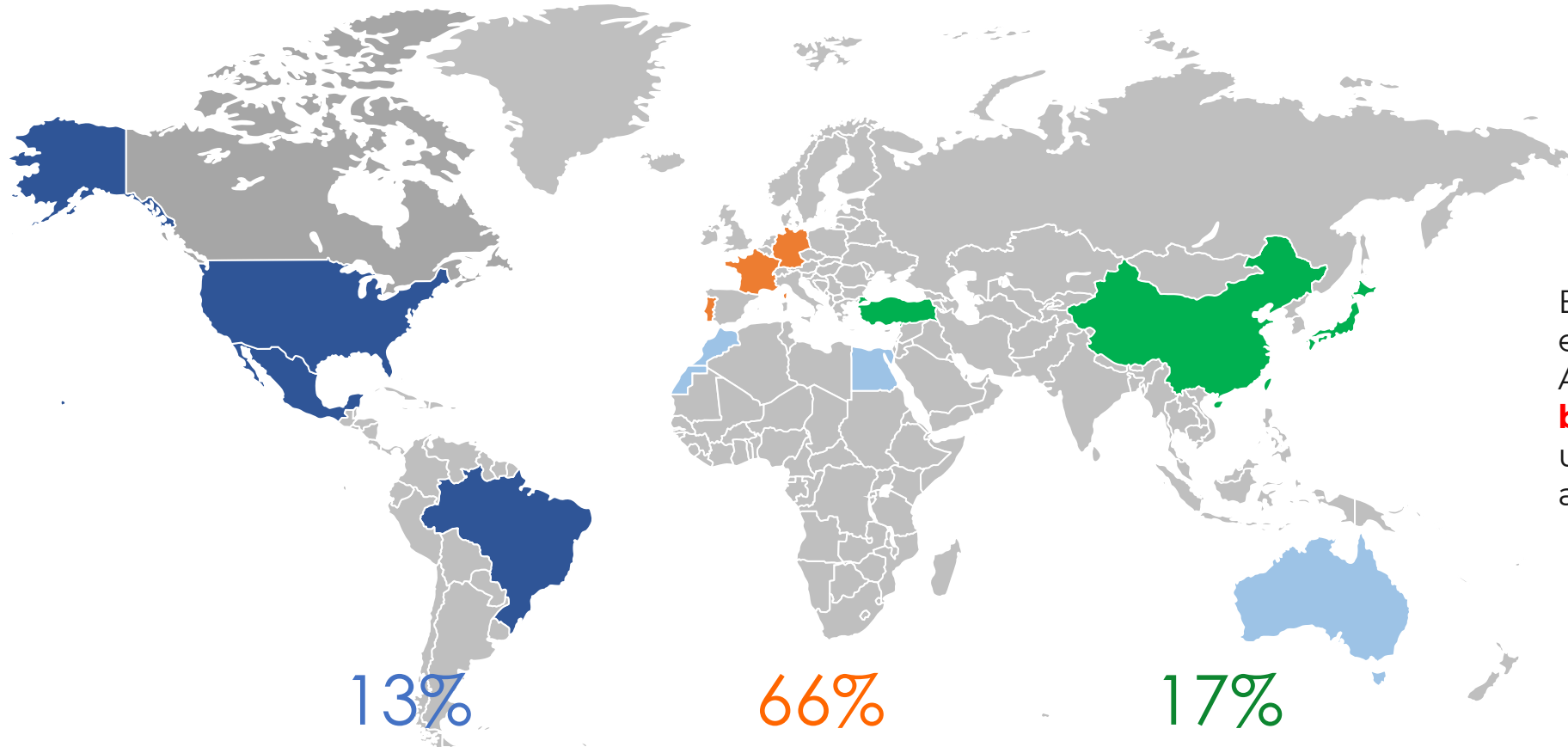


- La República Federal de Alemania, situada en el corazón de Europa, es un país democrático, tiene una extensión de 357.050 km², el 53% es superficie agraria y el 30% forestal.
- Población 2023: 84.48 millones de personas
- La expectativa de vida es de 81.51 años

Indicadores Macroeconómicos

- **PBI:** USD 4 46 miles de millones (2023)
- Proyección de **crecimiento del PBI 2023** (Var%) -0.3 %
- **PBI Per Cápita:** USD 52 745 al cierre del 2023.
- **Tasa de desempleo 3.0%** (0.1% menor respecto al del 2022).
- **Tasa de Inflación:** 5.9%
- El 2023, obtuvo un **valor exportado** de EUR 1 675 miles de millones
- El 2023, registró un **valor importado** de EUR 1 356 miles de millones
- En el 2023, las **exportaciones totales de Perú hacia Alemania** fueron USD 973 millones.

Exportaciones totales de Alemania



En el año 2023, las exportaciones totales de Alemania fueron **EUR 1.7 billones FOB** y registraron un aumento de 2%, frente al 2021.

13%
América

- 1º Estados Unidos
- 2º México
- 3º Brasil

66%
Europa

- 1º Francia
- 2º Países Bajos
- 3º Polonia

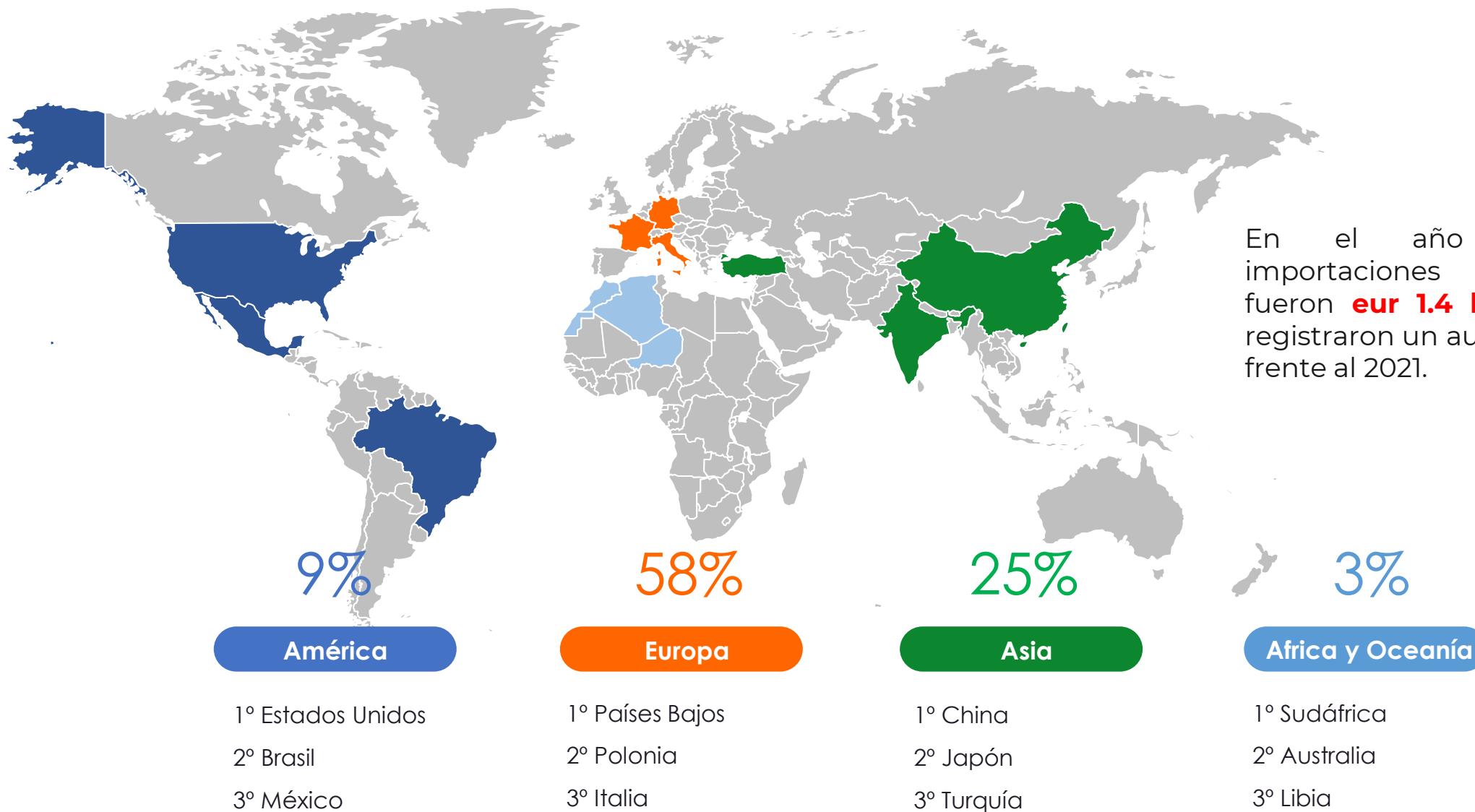
17%
Asia

- 1º China
- 2º Turquía
- 3º Corea del Sur

3%
Africa y Oceanía

- 1º Australia
- 2º Sudáfrica
- 3º Egipto 4

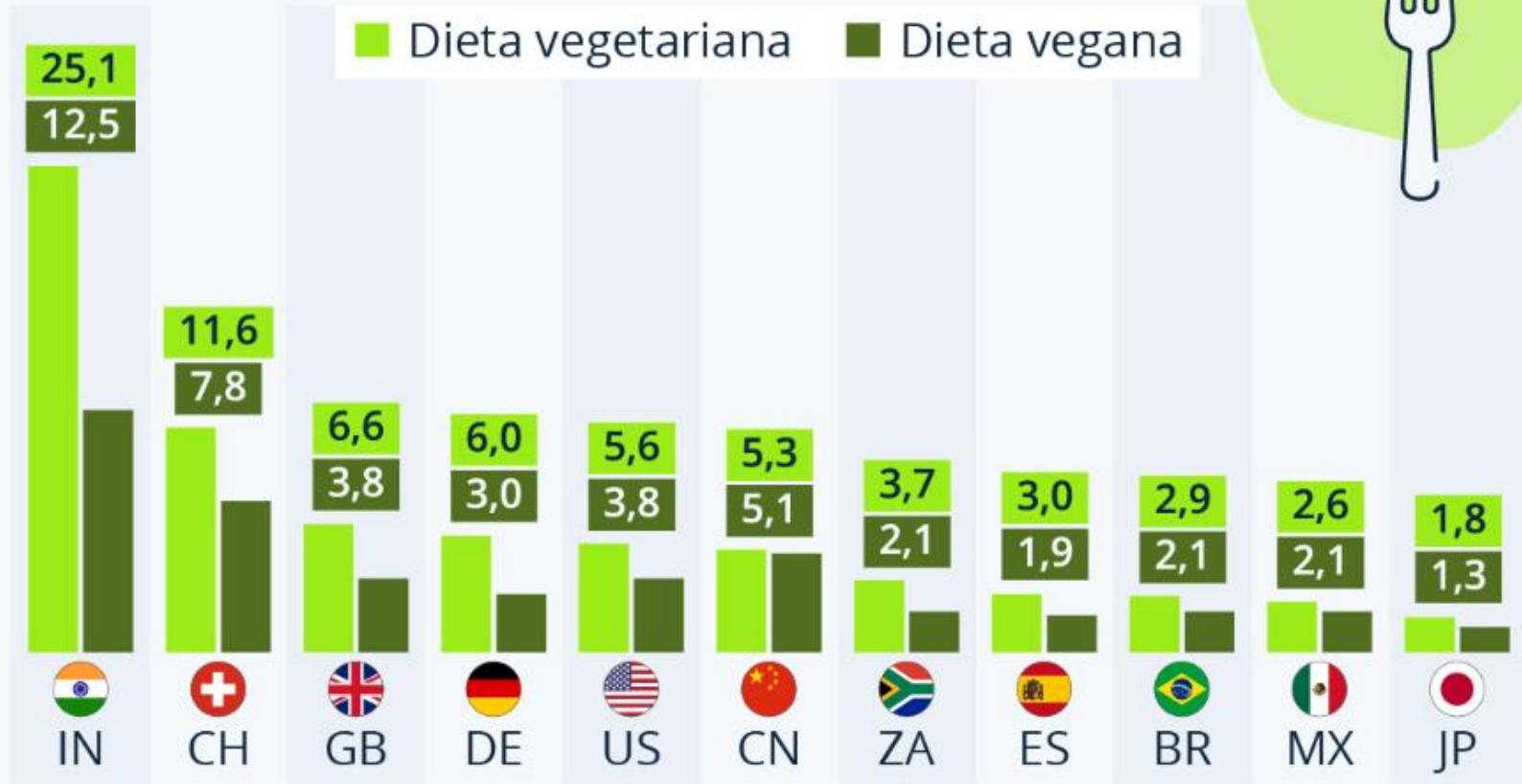
Importaciones totales de Alemania



2 Oferta y tamaño del mercado de proteínas vegetales

Vegetarianismo y veganismo: ¿qué tan populares son?

Encuestados en países seleccionados que siguen una dieta vegetariana o vegana (en %)

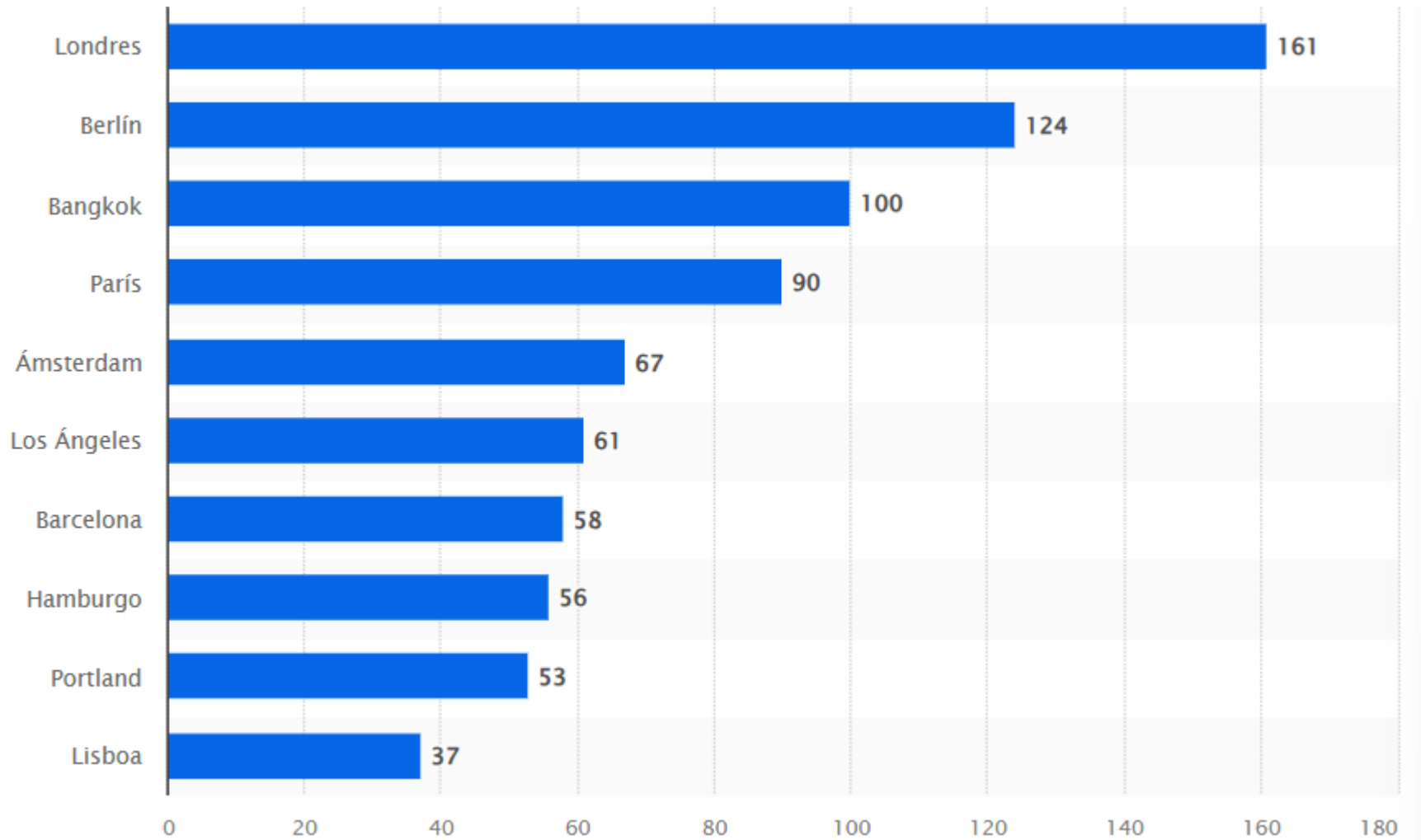


Entre 1.000 y 10.000 encuestados (18-64 años) online por país de julio de 2022 a junio de 2023.

Fuente: Statista Consumer Insights

Ranking de las ciudades con más volumen de restaurantes veganos a nivel mundial en 2024

Fuente: Statista

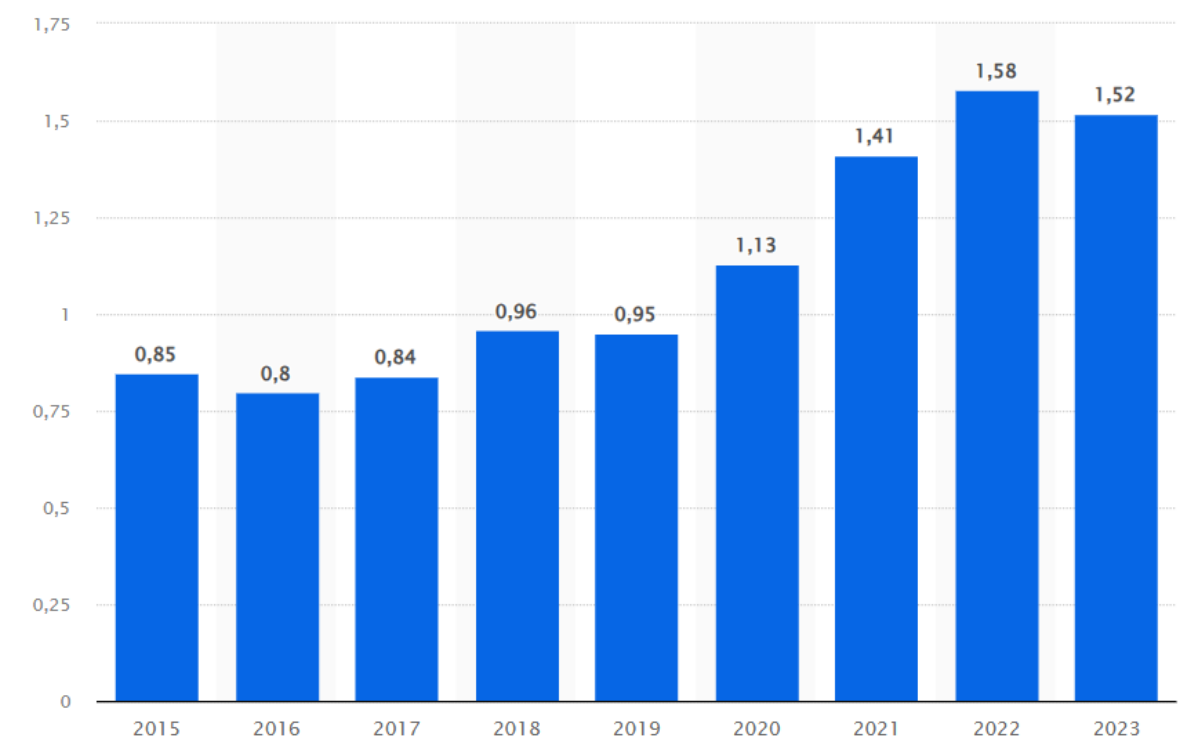


Personas en Alemania que se categorizan como veganas o que se abstienen en gran medida a productos de origen animal del 2015 al 2023

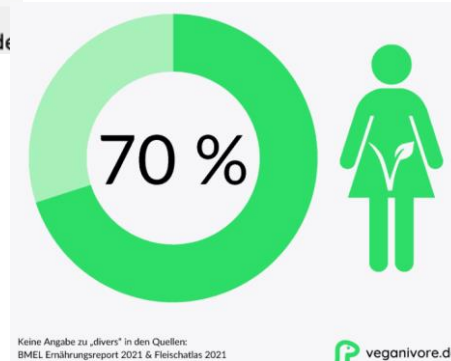
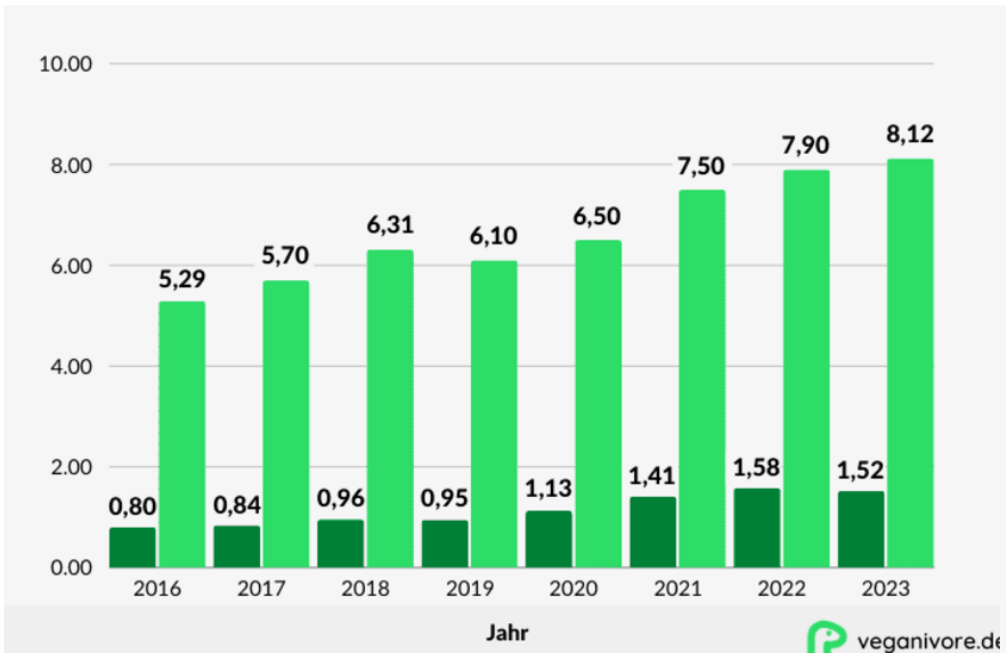
Fuente: Statista

Según un análisis de mercado de Allensbach, el número de personas que se clasifican a así mismas como veganas era de 1,52 millones en 2023.

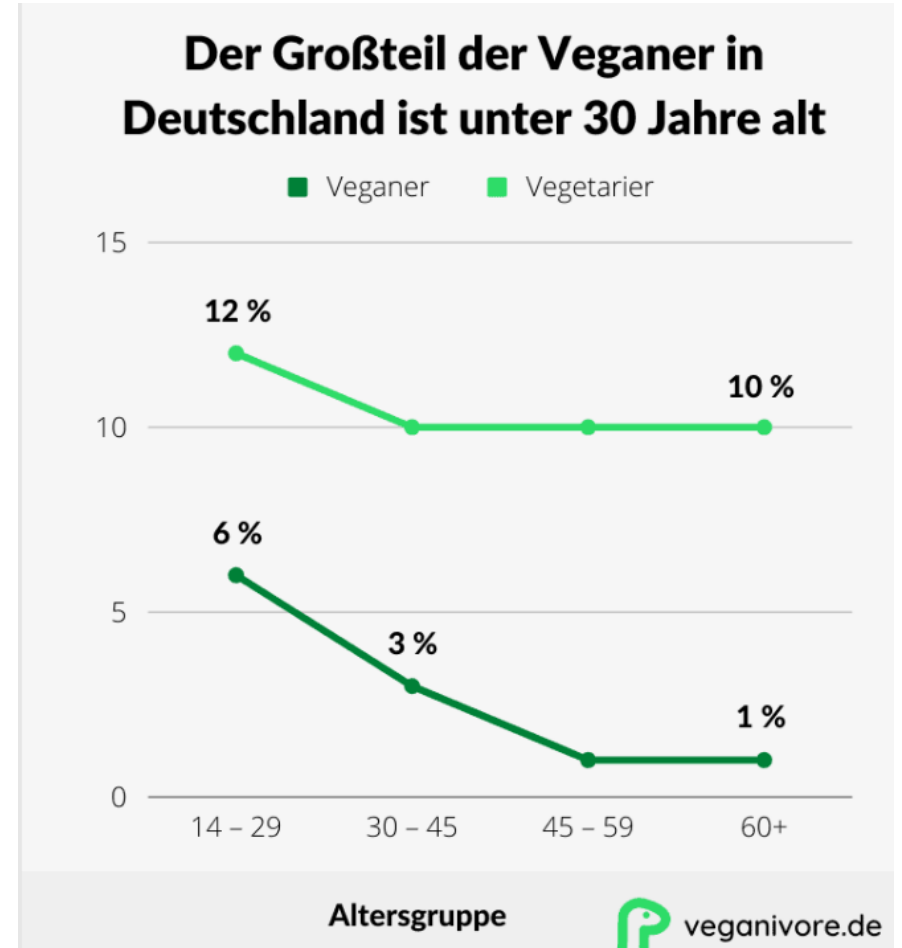
El veganismo no sólo incluye carnes, sino otros productos como los huevos, la miel y gelatina. El estilo de vida vegano incluye además otros productos que contengan ingredientes de origen animal, ya sea cuero, piel o cosméticos. El número de veganos en Alemania crece entre un 12% y un 25% cada año.



Número de veganos y vegetarianos en Alemania 2016-2023



Keine Angabe zu „divers“ in den Quellen:
BMEL Ernährungsreport 2021 & Fleischatlas 2021

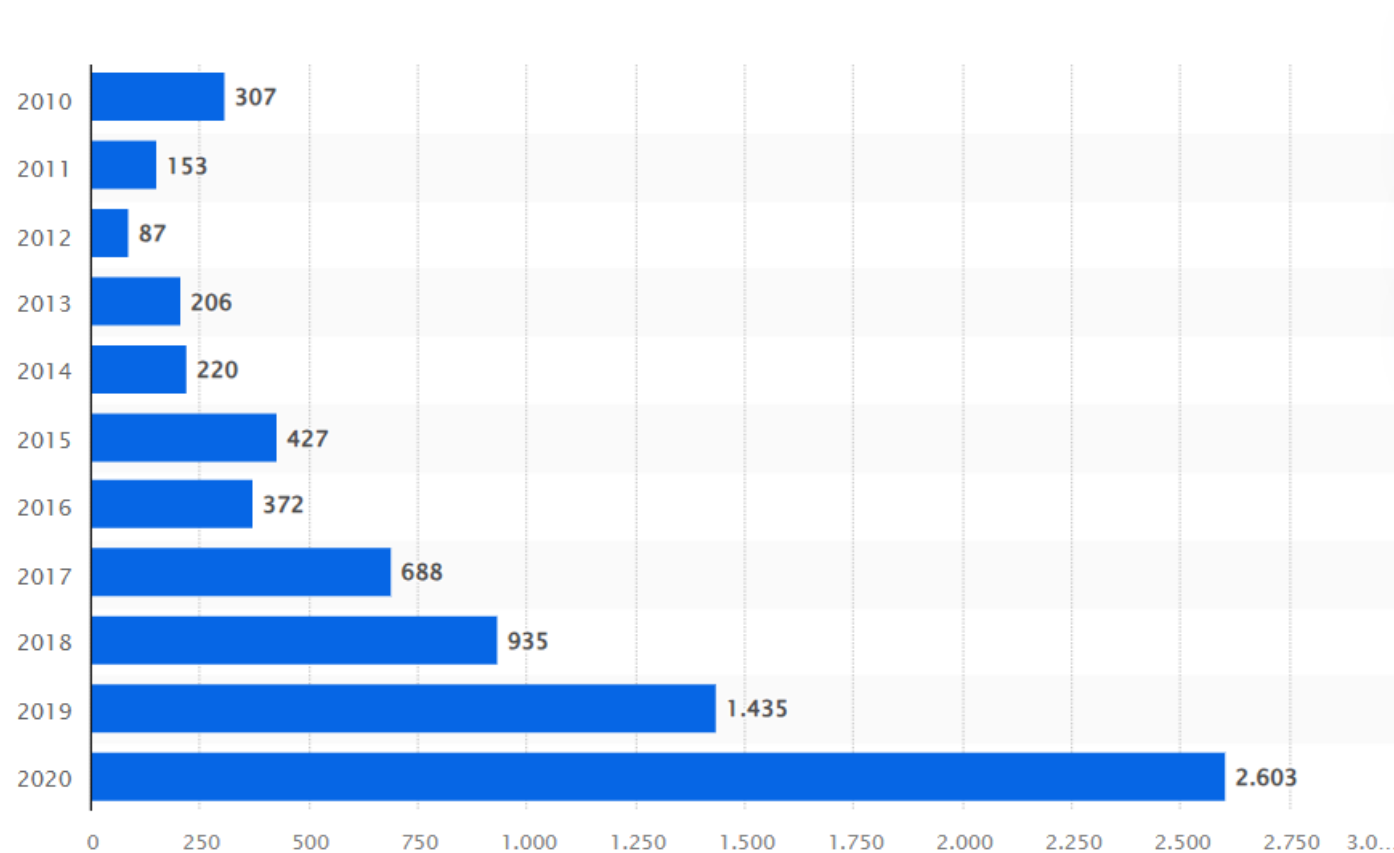


Los principales datos

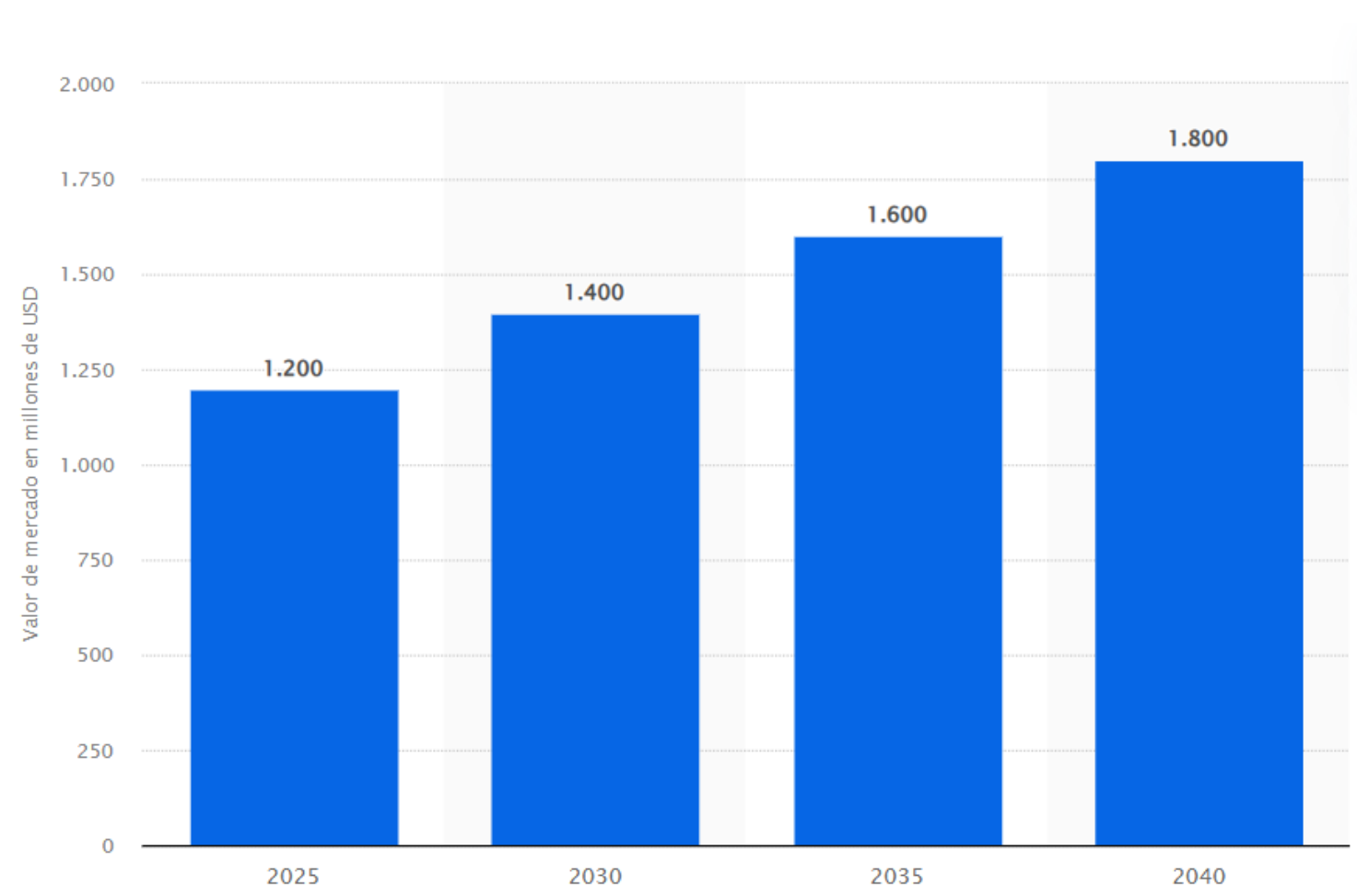
Fuente: [Veganivore.de](https://veganivore.de)

- En 2023 vivirán en Alemania 1,52 millones de veganos (2%) y 8,12 millones de vegetarianos (10%).
- El 70% de los vegetarianos y veganos son mujeres y la mayoría tienen menos de 30 años. El 60% de ellos citan la sostenibilidad y el bienestar animal como motivo para no comer carne.
- Según el Informe de Nutrición BMEL 2024, el 39% de los alemanes compra productos alternativos vegetarianos o veganos con más frecuencia. Un aumento del 10% en comparación con 2020.
- El mercado alemán de alimentos veganos supera los 1.200 millones de euros.
- Alemania es el número 1 mundial en el lanzamiento de nuevos productos veganos, con una cuota del 15% en alimentos y bebidas.

Inversión de capital de riesgo en empresas de productos veganos a nivel mundial 2010-2020



Valor del mercado de productos vegetales alternativos a la carne entre 2025 y 2024 (en millones de dólares)



Productos en el mercado retail



Producto: Carne molida a base de alverjas verdes y polvo de Jackfruit

Tienda: Rossmann

Ingredientes: Proteína de guisante en polvo* (90%), jackfruit en polvo* (10%). Puede contener trazas de GRANOS QUE CONTENGAN GLUTEN, SOJA y PROTEÍNA LÁCTEA.*procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 75g a 2,99EUR



Producto: Carne molida a base de semillas de girasol

Tienda: Rossmann

Ingredientes: 100% semillas de girasol*..*procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 80g a 2,99EUR

Productos en el mercado retail



Producto: Hamburguesa de lentejas rojas Tienda: Rossmann

Ingredientes: 60 % de lentejas rojas trituradas*, copos de avena integral*, cebolla granulada*, pimentón granulado*, sal marina, tomate granulado*, comino*, perejil*, ajo*, pimentón en polvo*, pimienta* ..*procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 200g a 1,99EUR



Producto: Salchichas veganas Bratwurst

Ingredientes: 33% tofu (SOJA*, agua potable), agua potable, 21% TRIGO BLANCO*, aceite de girasol*, ALMENDRAS, sal marina, azúcar de caña*, especias*, cebollas*, APIO, espesante: semillas de garrofín*.procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 250g a 2,99EUR

Productos en el mercado retail



Producto: Rollitos de carne veganos

Tienda: Rossmann

Ingredientes: Agua potable, 21 % de proteínas de trigo*, 8 % de proteínas de soja troceadas*, pimiento rojo dulce*, aceite de girasol*, salsa de soja (agua potable, habas de soja*, sal marina, trigo*), tofu (habas de soja*, agua potable) copos de avena*, puré de tomate* doble concentrado, cebollas fritas (cebollas*, aceite de girasol*), sal marina, levadura*, especias*, hierbas aromáticas*. *procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 200g a 2,99EUR



Producto: Salsa holandesa vegana

Tienda: DM

Ingredientes: Almidón de maíz*, sal, azúcar de flor de coco*, azúcar de caña sin refinar*, tomates*, cebollas*, cacao*, copos de levadura*, pimentón en polvo*, zanahorias*, champiñones*, chirivías*, caramelo*, maltodextrina*, ajo*, café en grano* (sin gluten), pimienta negra*, tomillo*, ajedrea*. *de producción ecológica certificada. *procedente de agricultura ecológica certificada

Precio: 200g a 2,99EUR

Suplementos nutricionales



Producto: Proteína vegana sabor cacahuete y chocolate

Tienda: Rossmann

Ingredientes: 83% ISOLADO DE PROTEÍNA DE SOJA, 6,5% cacao en polvo bajo en grasa, 4,7% aislado de proteína de guisante, 2,5% proteína de arroz, aroma, espesante: goma guar; sal, emulgente: lecitinas (SOJA); edulcorante: Sacarina sódica, sucralosa; vitamina C, aroma natural, antiaglomerante: fosfato tricálcico, niacina, vitamina E, ácido pantoténico, vitamina B12, vitamina B6, vitamina B1, vitamina B2, ácido fólico, biotina.

Precio: 300gr a 6,99EUR



Producto: Bio proteína pura sin endulzar

Tienda: Rossmann

Ingredientes: 70% de proteínas de cáñamo*, 25% de proteínas de MACADAMIA*, 5% de proteínas de ALMENDRA*.

Precio: 300gr a 9,99EUR



Demanda y características principales

Factores de cambio del consumidor

La protección del medio ambiente es igual de importante para hombres y mujeres. Sin embargo, las mujeres dan mucha más prioridad al bienestar de los animales (65% frente a 52%) y los hombres a la salud (55% frente a 45%).

Los hombres afirman con mucha más frecuencia que son motivados a dejar la carne por terceras personas (por ejemplo, sus parejas) (23% a 9%). Esto se debe en parte al hecho de que un número significativamente mayor de mujeres son vegetarianas y veganas.

Como era de esperar, la salud es importante para las personas mayores. El 64% de las personas de 60 a 75 años afirmaron que dejarían la carne por su salud.

Los más jóvenes citan la sostenibilidad como la principal razón para renunciar a la carne. El 80% de los menores de 30 años citaron la protección del medio ambiente como motivo.



Tendencias

- Plant-Based: para sustitutos de carne, leche, pescado, yogurt, queso y helados.
- Alto contenido proteico: como estrategia de marketing en empaques en productos de todo tipo.
- Productos funcionales
- Alimentos además de sostenibles que sean sabrosos.
- Innovadores y saludables: Subproductos de origen animal: mayonesa a base de agua de garbanzo

BIOFACH – Productos innovadores



- Alimento vegetal de pasta dura a base de leche de almendras ralladas.
- Las versiones tienen intenso sabor del pistacho, cúrcuma, pimienta- Es un alimento versátil, apto para la preparación de primeros y segundos platos, así como para la creación de aperitivos y comidas.

Producto: Queso hecho a base de leche de almendras (MANDORINO Pistachio, MANDORINO Turmeric & Pepper, MANDORINO Nuts.)

Empresa: Quasani Societa Agricola r.l.

German Innovation Award – Productos innovadores



- El “Planted kebab” se elabora con ingredientes 100% naturales y utiliza un 85% menos de dióxido de carbono (CO₂) y un 29% menos de agua en su producción en comparación con el producto animal. La visión de Planted es hacer del mundo un lugar mejor, bocado a bocado.

Producto: Planted kebab

Empresa: Planted Foods AG

Los ganadores de los Premios Internacionales V-Label 2023 se anunciaron en el Día Mundial Vegano

Marketing y marca

Heura Foods - Conocido por su filete de pescado rebozado en tempura sin gluten.



Importancia para el consumidor ->

A yellow banner with four circular icons and text below them: 1. A flexing arm icon with 'High in protein' below. 2. A leaf icon with 'Source of fiber' below. 3. A heart with a pulse line and '0%' icon with '0 Cholesterol' below. 4. A circle with '-83% CO2' and '-83% CO2e vs meat products' below.

4

Canales de venta

Canales de venta y proveedores

- Los principales canales de venta de productos veganos y vegetarianos es principalmente realizada a través de grandes grupos de distribución minorista.
- Existen también una serie de tiendas online especializadas como VEGANZ.
- También se puede encontrar los productos en el comercio mayorista en los principales proveedores del canal HORECA, minoristas y consumidores a granel.
- (AVE – Absolute Vegan Empire)
- La comercialización se va adaptando a la demanda y existen cada vez nuevas pymes que lanzan al mercado productos innovadores al mercado.



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

Preguntas y respuestas

Erick García

egarciag@promperu.gob.pe