



**Seminarios Miércoles del exportador
Exporta Europa 2025**

El mercado europeo como destino de las exportaciones peruanas: potencial y perspectivas

Gycs Gordon
Director Promperú Benelux & Nordics

Lima, 26 de marzo de 2025



Europa es un mercado de grandes oportunidades



+ **742** millones de habitantes



Tamaño promedio del hogar:
2.4 personas



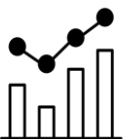
Las principales economías del mundo están en **Europa** principalmente



US\$ 28.88 Billones* de PBI



26% del PBI del Mundo



2° destino a nivel continente para las exportaciones No Tradicionales



PBI per cápita más alto de los países de **Europa** son:
Mónaco **USD 256 581** y
Luxemburgo **USD 135 321**

OCEX presente en 20 mercados



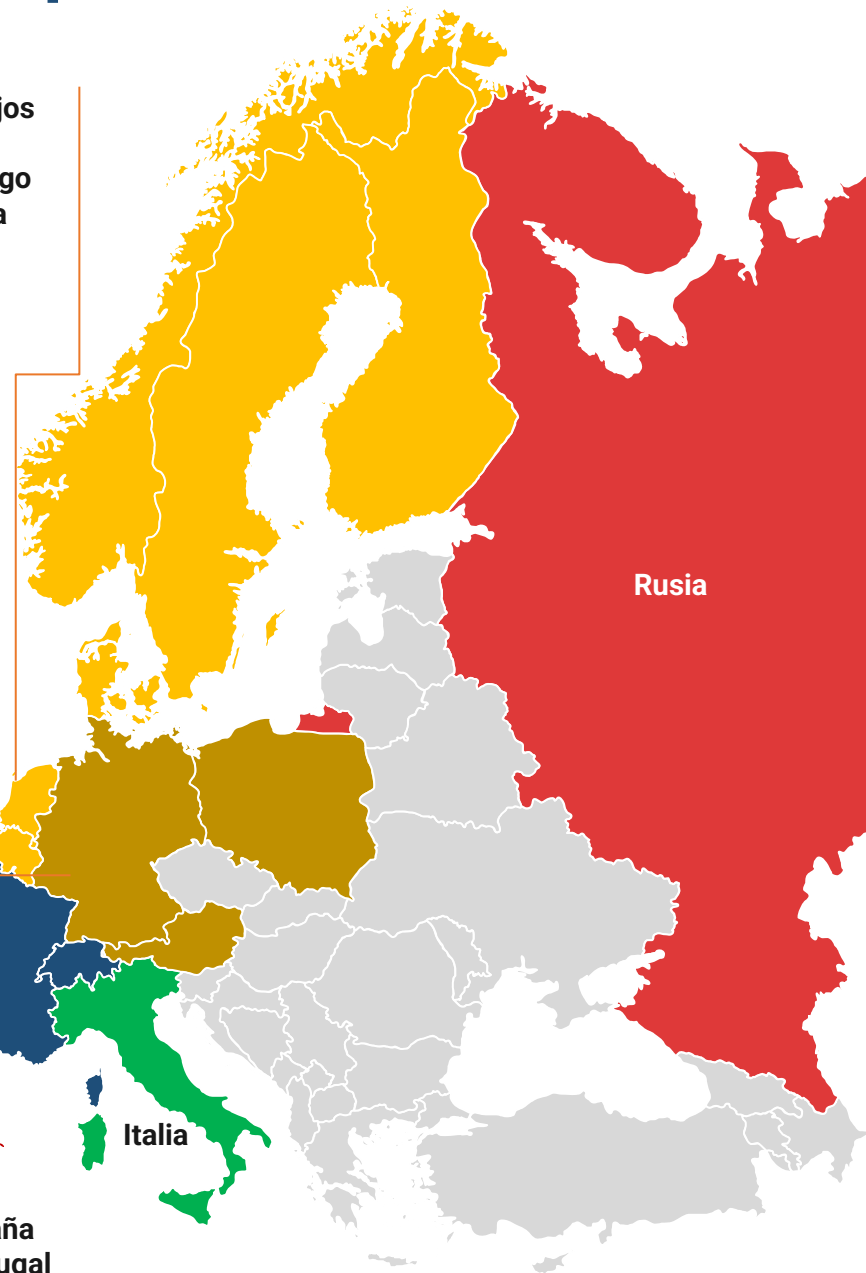
- Países Bajos
- Bélgica
- Luxemburgo
- Dinamarca
- Noruega
- Finlandia
- Suecia
- Finlandia

- Reino Unido
- Irlanda

- Alemania
- Austria
- Polonia

- Francia
- Suiza
- Monaco

- España
- Portugal



TLC's con Europa

TLC



26 economías
Mercado único que opera a escala mundial y entre sus países miembros
Acceso preferencial para el 99,3% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales

TLC



(Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia)
Acuerdos complementarios bilaterales en materia de agro.
Se negociaron capítulos vinculados a comercio electrónico, reconocimiento de proveedores de servicios, entre otros.

TLC



(Gran Bretaña, Irlanda del Norte)
Incorpora por referencia el Acuerdo Comercial con la Unión Europea
Se negociaron capítulos vinculados a origen, propiedad intelectual, compras públicas, entre otros.

OCEX presente en 20 mercados



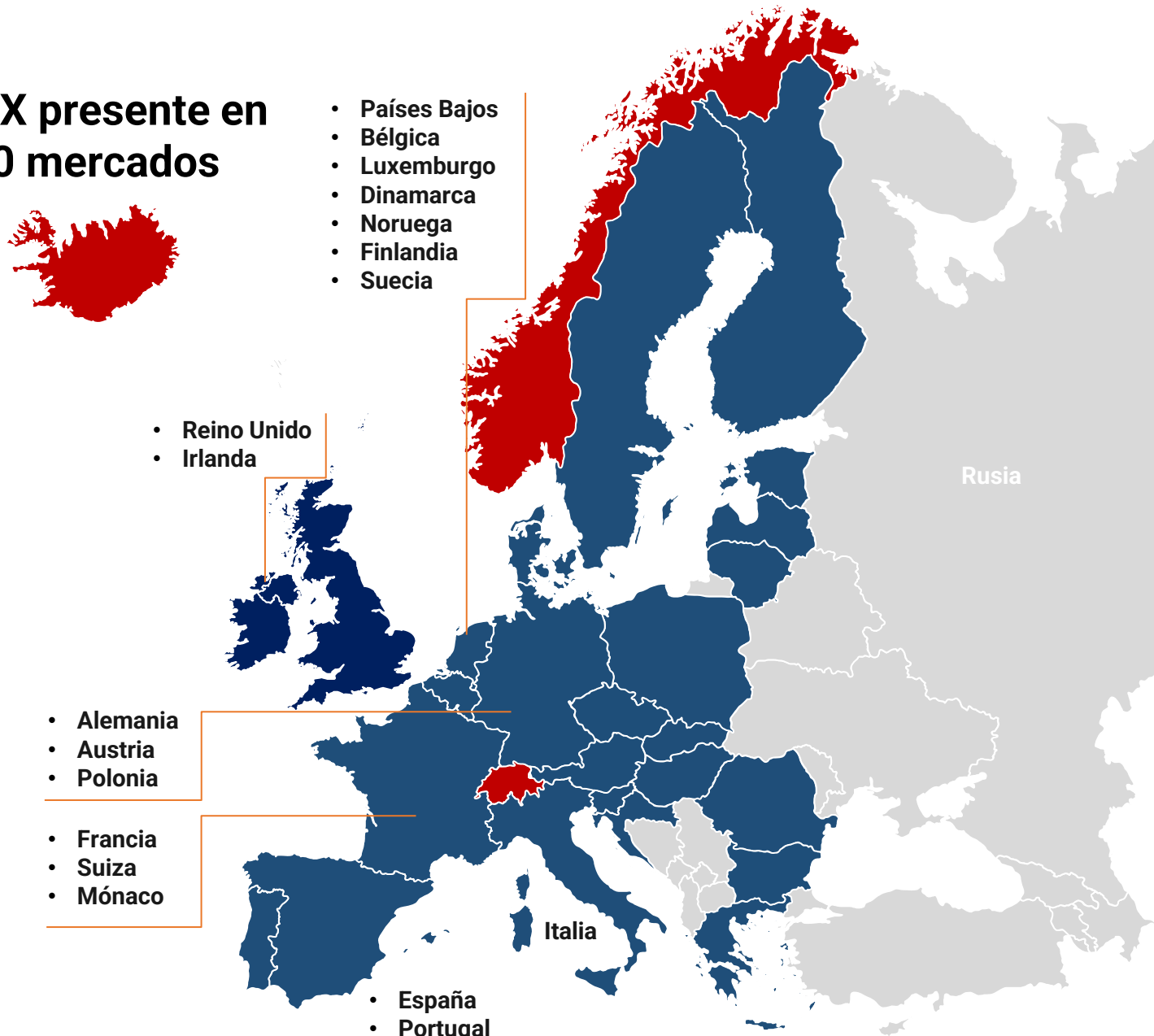
- Países Bajos
- Bélgica
- Luxemburgo
- Dinamarca
- Noruega
- Finlandia
- Suecia

- Reino Unido
- Irlanda

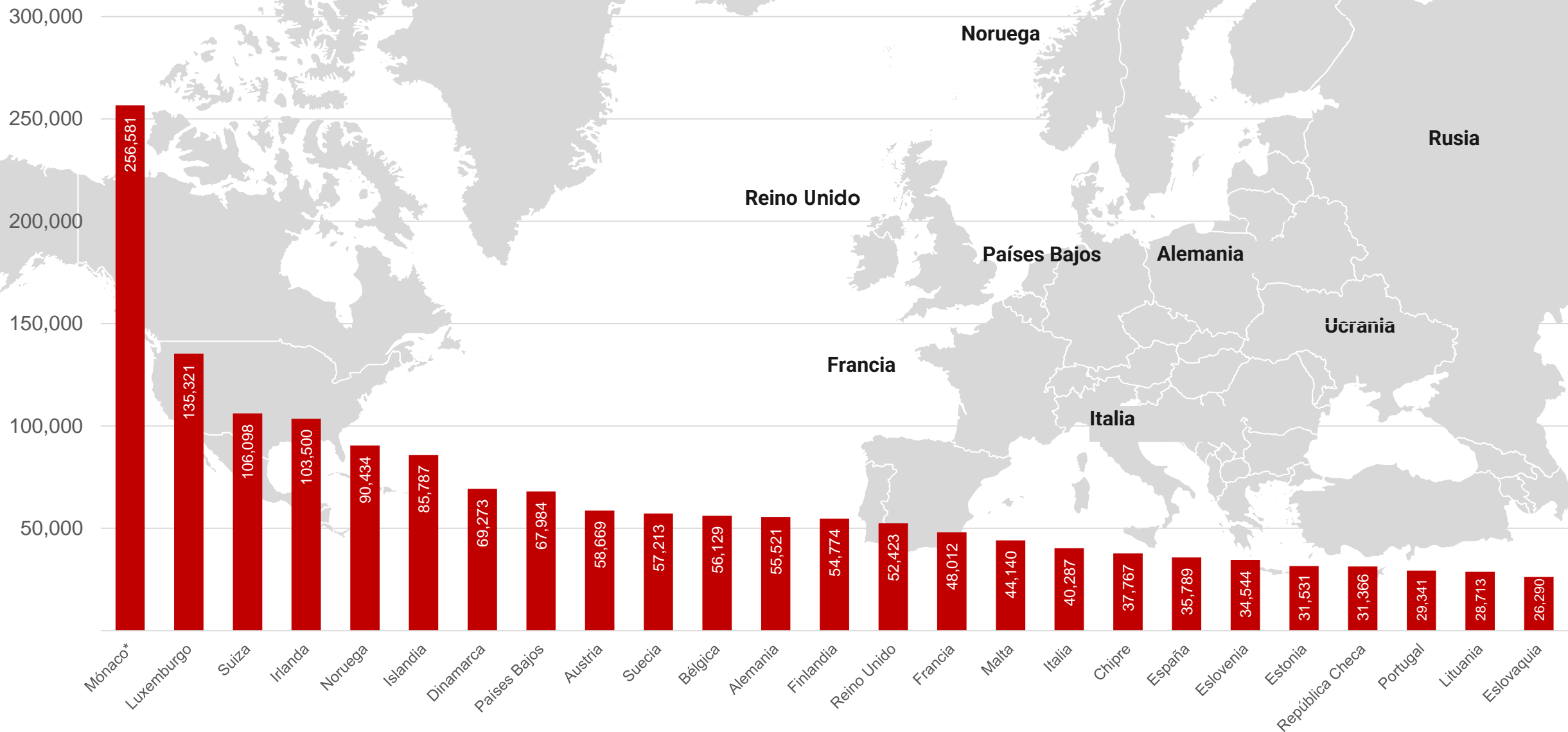
- Alemania
- Austria
- Polonia

- Francia
- Suiza
- Mónaco

- España
- Portugal



Las principales economías del mundo están en Europa (PBI nominal per cápita - USD)



El consumidor en Europa

Consumidor Alemán

- Los consumidores alemanes están integrando herramientas de IA en sus procesos de compra, buscando experiencias más personalizadas y eficientes.
- El 60% de los consumidores alemanes intentaron tener un impacto positivo en el medio ambiente, buscando productos ecológicos y sostenibles.
- Existe una tendencia creciente hacia la compra de productos locales y artesanales, valorando la autenticidad y la calidad.
- El comercio electrónico continúa en auge, con un aumento en las compras en línea de productos electrónicos y moda.
- Se observa una disminución en el consumo de bebidas alcohólicas tradicionales, con un aumento en la demanda de opciones sin alcohol.

Consumidor Francés

- Los franceses muestran interés en la IA para mejorar sus experiencias de compra, aunque mantienen una actitud cautelosa respecto a la privacidad y el uso de datos personales.
- Los consumidores franceses demandan pruebas de los compromisos ecológicos de las empresas, evitando prácticas de "lavado verde".
- Los franceses muestran una fuerte preferencia por productos "Made in France", apoyando la economía local y reduciendo la huella de carbono.
- Los franceses utilizan plataformas digitales para comparar precios y buscar ofertas, integrando la tecnología en su proceso de compra.
- El consumo de vino tinto ha disminuido significativamente, con una caída de alrededor del 90% desde la década de 1970.

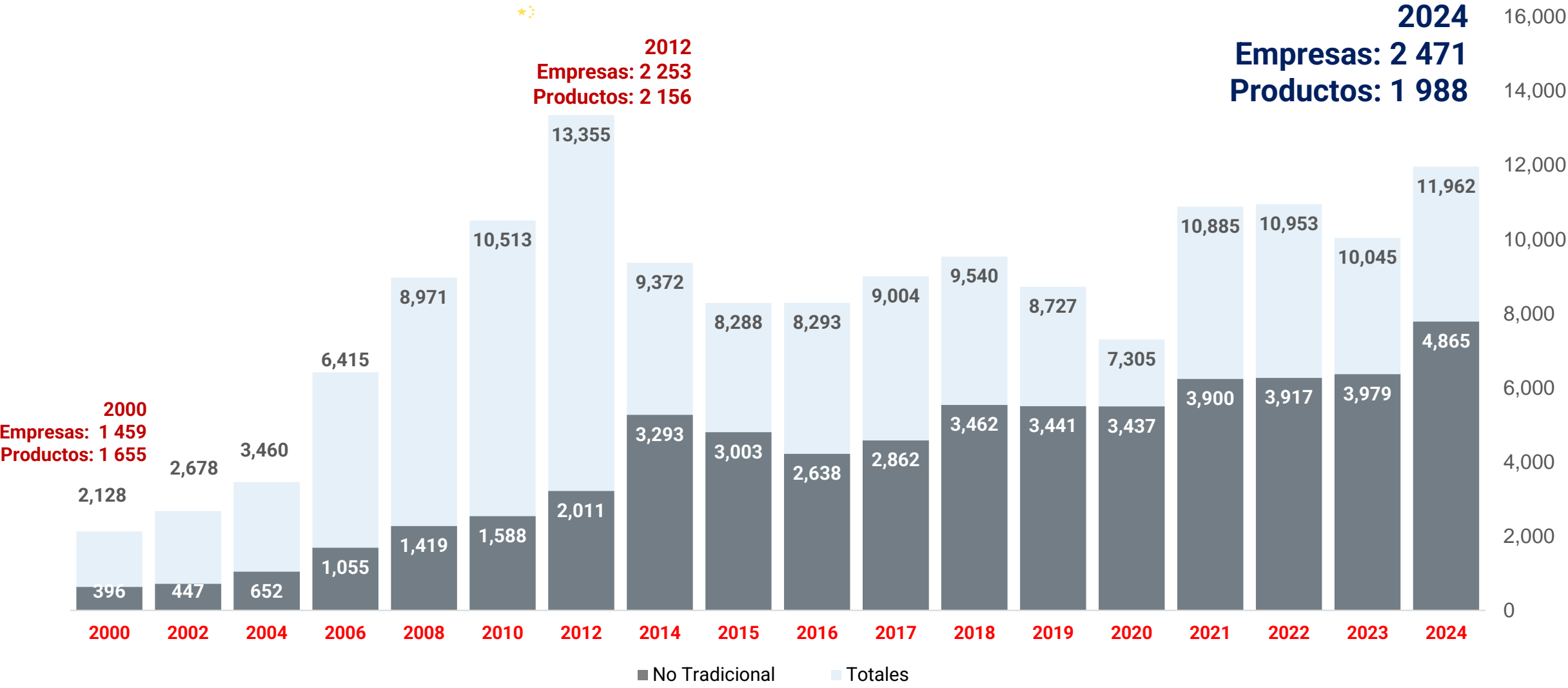
Consumidor Inglés

- Los consumidores británicos adoptan la IA para obtener recomendaciones personalizadas, especialmente en sectores como la moda y la tecnología.
- Los británicos están ajustando su mentalidad financiera debido a la crisis del costo de vida, con un 44% planeando ahorrar más dinero.
- Los consumidores británicos están redescubriendo productos tradicionales y locales, impulsados por un sentido de comunidad y sostenibilidad.
- El Reino Unido sigue siendo líder en comercio electrónico en Europa, con un crecimiento significativo en la venta de alimentos y bebidas en línea.
- Los consumidores británicos, especialmente la Generación Z, están reduciendo su consumo de alcohol, optando por alternativas más saludables.

Consumidor Español

- Los españoles están comenzando a utilizar la IA en sus decisiones de compra, especialmente entre las generaciones más jóvenes que buscan innovación y eficiencia.
- Los consumidores españoles buscan soluciones rápidas y efectivas para mejorar su bienestar físico y mental, priorizando productos que demuestren eficacia comprobada.
- Los españoles valoran cada vez más los productos locales, especialmente en el sector alimentario, buscando frescura y autenticidad.
- El 66% de los españoles considera que Internet es esencial, lo que ha impulsado el crecimiento del comercio electrónico en diversas categorías.
- La Generación Z española está reduciendo significativamente su consumo de alcohol, con un 53,6% de jóvenes entre 18 y 30 años disminuyendo su ingesta.

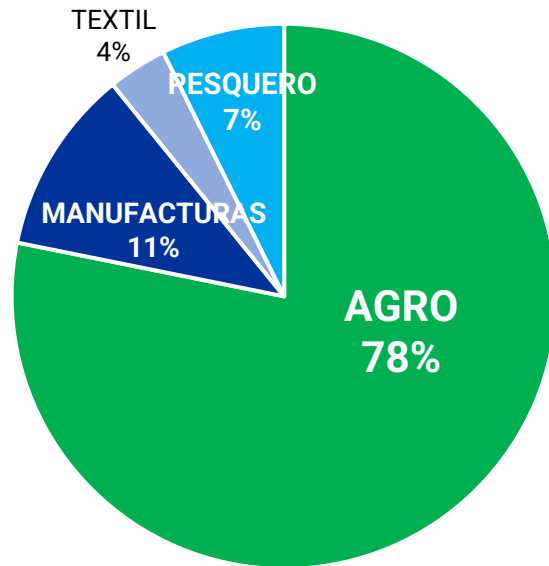
En 2024, las exportaciones No Tradicionales a Europa fueron USD 4 865 millones, creciendo en 1.4 veces respecto de lo exportado en 2012



Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

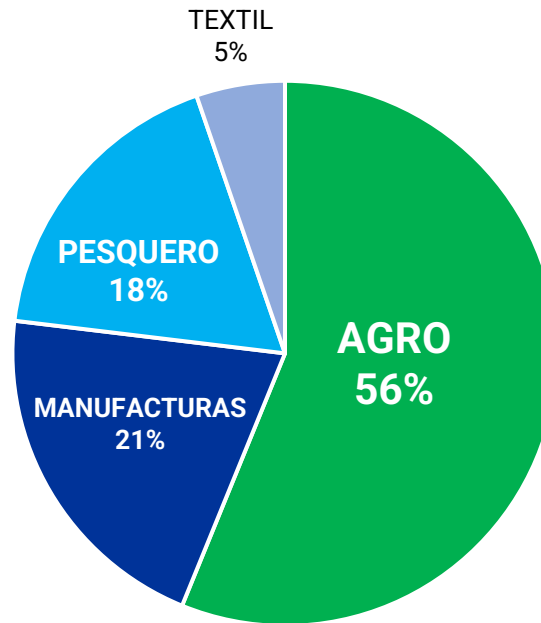
En 2024, las exportaciones No Tradicionales de agro y pesca, contribuyen con el 85% de participación del total enviado a Europa

EUROPA



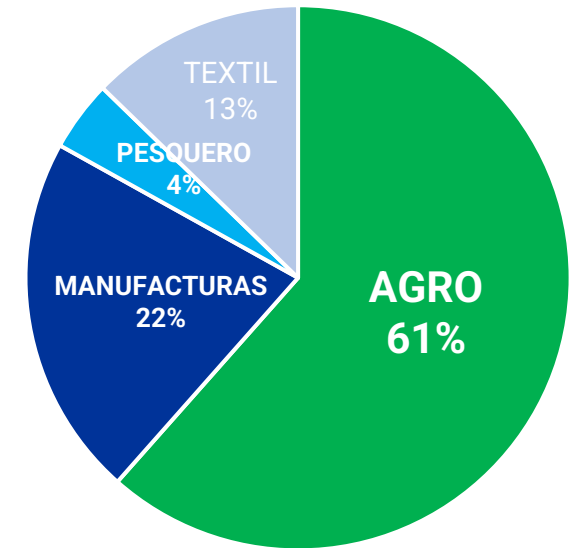
Distribución % por Sectores, 2024

ASIA



Distribución % por Sectores, 2024

EE.UU. + CANADÁ



Distribución % por Sectores, 2024

Países Bajos, España, Reino Unido y Bélgica concentraron el 77% de las exportaciones no tradicionales a los mercados de Europa

Mercados	2023	2024	Var.% 24/23	Part.% 24/23
 Países Bajos	1 499	1 918	27,9	39
 España	829	1 018	22,8	21
 Reino Unido	432	522	21,0	11
 Bélgica	205	275	33,8	6
 Italia	215	273	26,8	6
 Alemania	246	233	-5,3	5
 Francia	183	158	-13,8	3
 Suiza	64	127	99,7	3
 Rusia	75	78	5,1	2
 Dinamarca	36	51	43,1	1
Resto	195	212	8,4	4
Total general	3 979	4 865	22,3	100

Mercados dinámicos (2024)



Irlanda USD 29 Millones (+71,1%)



Estonia USD 26 Millones (+545,6%)



Ucrania USD 5 Millones (+225,8%)



Bulgaria USD 5 Millones (+321,6%)



Eslovenia USD 1 Millón (+91,3%)

En 2024, los sectores no tradicionales agro, pesquero, metalúrgico lideran las exportaciones a los mercados de Europa

Millones USD

Tipo de sector	2023	2024	Var.% 24/23
No Tradicional	3 979	4 865	22,3
Agro	2 895	3 802	31,3
Pesquero	395	356	-9,8
Metalúrgico	227	289	27,5
Textil	185	171	-7,6
Químico	85	105	23,5
Minería no Metálica	117	62	-47,1
Metal Mecánico	26	32	23,2
Maderas y Papeles	26	24	-9,6
Resto	23	24	3,1
Tradicional	6 066	7 097	17,0
Minero	4 520	5 559	23,0
Petroleo y Gas Natural	1 023	691	-32,4
Agro	449	555	23,9
Pesquero	74	291	294,9
Total general	10 045	11 962	19,1

Principales productos no tradicionales



PALTAS FRESCAS
USD 828 MILLONES
(+40,0%)



ARÁNDANOS FRESCOS
USD 614 MILLONES
(+38,6%)



UVAS FRESCAS
USD 417 MILLONES
(+24,0%)



CACAO EN GRANO
USD 346 MILLONES
(+321,0%)

Productos no tradicionales más dinámicos



PLATA EN BRUTO
ALEADA
USD 131 MILLONES
(+160,3%)



ACEITES ESENCIALES
DE LIMÓN
USD 70 MILLONES
(+79,9%)



PIMIENTO PIQUILLO
USD 67 MILLONES
(+54,0%)

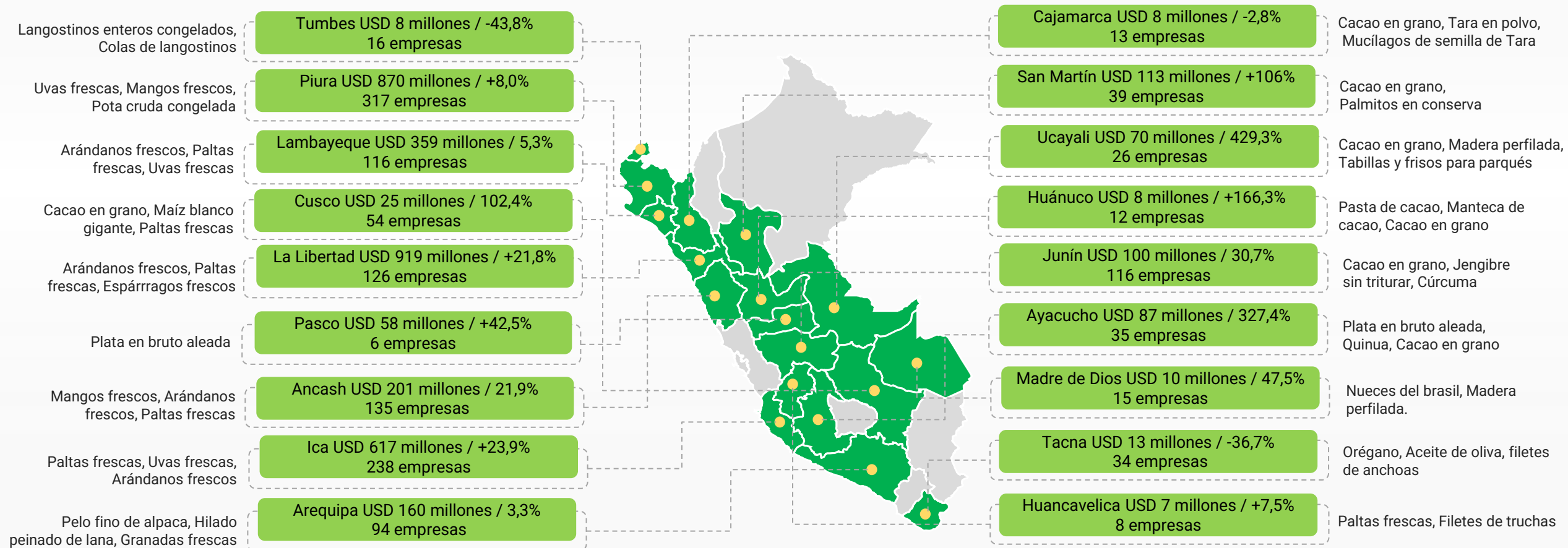


ATUNES EN CONSERVA
USD 56 MILLONES
(+51,3%)

Exportaciones Regionales a los mercados de Europa

Exportaciones No Tradicionales de regiones (2024)

USD 3 643 millones: 1 083 exportadores enviaron 712 partidas



En 2024, el 62% de las empresas exportadoras No Tradicionales fueron MiPYMES con exportaciones por USD 360 Millones

No Tradicionales

