



**Informe de mercado para páprika
deshidratada en Francia**

(c) 2026 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ

Autor: Lucelly Sánchez

Imágenes: Banco de imágenes de PROMPERÚ

Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación ni cualquier otra forma de utilización total o parcial del contenido de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa, expresa y por escrito de PROMPERÚ, salvo en los casos permitidos por la normativa vigente.

La información contenida en este documento se proporciona exclusivamente con fines informativos y referenciales, y no constituye ni sustituye asesoría técnica, comercial, legal o de cualquier otra naturaleza. El presente documento ha sido elaborado sobre la base de información considerada confiable y disponible a la fecha de su publicación. No obstante, debido a la naturaleza dinámica de los entornos normativos, técnicos, regulatorios y comerciales, PROMPERÚ no garantiza la actualización permanente de la información ni asume responsabilidad por las decisiones adoptadas exclusivamente sobre la base de su contenido. En ese sentido, se recomienda al lector verificar su vigencia y aplicabilidad ante las fuentes oficiales o autoridades competentes antes de adoptar decisiones sustentadas en dicha información.

CONTENIDO

I. Descripción del producto.....	4
II. Tamaño de mercado	5
III. Análisis de la demanda	9
IV. Presentaciones y precios	10
V. Requisitos de acceso al mercado.....	12
VI. Canales de distribución.....	13
VII. Contactos de interés	14

I. Descripción del producto

La páprika es originaria de las regiones tropicales y subtropicales de América específicamente en Bolivia y Perú donde se han encontrado semillas de formas ancestrales de aproximadamente más de 7000 años de antigüedad y desde donde se habría dispersado por el resto de América. Su nombre científico es *Capsicum annuum* L., posee diversas propiedades nutricionales y es utilizada en diferentes industrias.

En Perú se cultivan más de 350 variedades de ajíes, entre ellos la páprika del género capsicum, siendo la variedad más exportada a nivel internacional. La páprika nace de una planta en forma de arbusto que mide aproximadamente entre 0,5 y 1,5 m, se caracteriza por ser una baya semicartilaginosa y deprimida, al estar maduro es de color rojo y llega a medir hasta 25 cm de largo.

La páprika es rica en vitamina C, caroteno o provitamina A, complejo B, potasio además de minerales como hierro y el magnesio, también estimula las membranas mucosas del estómago y por su contenido de hierro fomenta la formación de glóbulos rojos y es un buen antioxidante. Este producto es utilizado en la industria alimentaria como colorante natural y sazonzador de comidas, también para la industria cos  mica, industria farmacéutica y para la obtención de oleorresina.

Los principales departamentos productores del Perú son 3: Lima con 13 613 toneladas, Arequipa con 12 148 toneladas e Ica con 6799 toneladas. El resto de las regiones mantiene niveles más bajos de producción entre ellos están   ncash con 2227 toneladas, La Libertad con 868 toneladas, Piura con 601 toneladas, Lambayeque con 389 toneladas, Cajamarca con 308 toneladas y Tacna con 221 toneladas durante el 2025, según el Sistema Integrado de Estadística Agraria (SIEA).

Las variedades de ajíes y pimientas deshidratadas también son cultivadas en otras partes del mundo como India, China, Tailandia y Bangladesh, países que produjeron en el 2024 alrededor de 3,8 millones de toneladas, es decir el 70,76 % de estos productos a nivel mundial. Entre los países que en los últimos 5 años han aumentado la producción de toneladas de ajíes y pimientas deshidratadas est  n Bangladesh, Nigeria e India con una tasa de crecimiento promedio de 18 %, 16 % y 12 % respectivamente según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

Este producto se comercializa en presentación entera, seca, en trozos, triturada y a nivel del arancel se encuentra ubicado en la sección pimienta del género piper; frutos de los géneros capsicum o pimenta, secos, triturados o pulverizados, teniendo como principal número de partida arancelaria de seis dígitos 090421 frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar.

Tabla 1

Perú: partida arancelaria

Partida Arancelaria	Descripción
0904211090	Los demás frutos de los géneros capsicum o pimenta, secos, sin triturar ni pulverizados, páprika (<i>Capsicum annuum</i> , L.)

Fuente: SUNAT - Aduanas

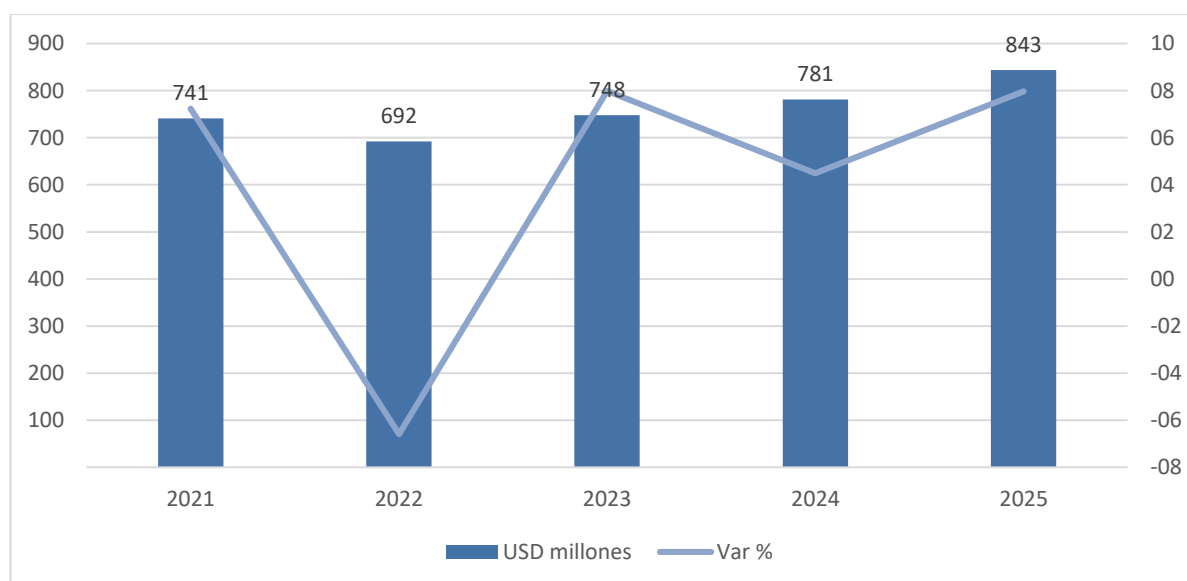
II. Tamaño de mercado

Francia se consolidó como la séptima economía mundial y la tercera a nivel de Europa. Según datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), el país cerró el 2025 con un PIB de USD 3,37 billones y un ingreso per cápita de USD 48 960, impulsado principalmente por el crecimiento de su demanda interna. Para el 2026, se proyecta un lento crecimiento estimado de 0,9 % para una población de 68,85 millones de habitantes.

Respecto a la producción de páprika deshidratada en Francia es nula, según la FAO. Esto determina que el abastecimiento de este producto depende principalmente de las importaciones. La páprika deshidratada es utilizada en la industria alimentaria y para ser procesada principalmente como ingrediente o condimento, este producto pertenece a la categoría de hierbas, especias y condimentos, cuyo desempeño en el mercado francés ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos 3 años. El año 2025, esta categoría alcanzó un valor minorista de USD 843 millones y en términos de volumen se comercializó alrededor de 64 mil toneladas. Se espera que hacia el 2030 dicho segmento alcance un valor estimado de USD 975 millones y un crecimiento del 1,86 %.

Figura 1

Ventas minoristas de la categoría de hierbas, especias y condimentos en Francia, 2021 – 2025 (USD millones)



Fuente: GlobalData, 2025

Elaboración propia: PROMPERÚ

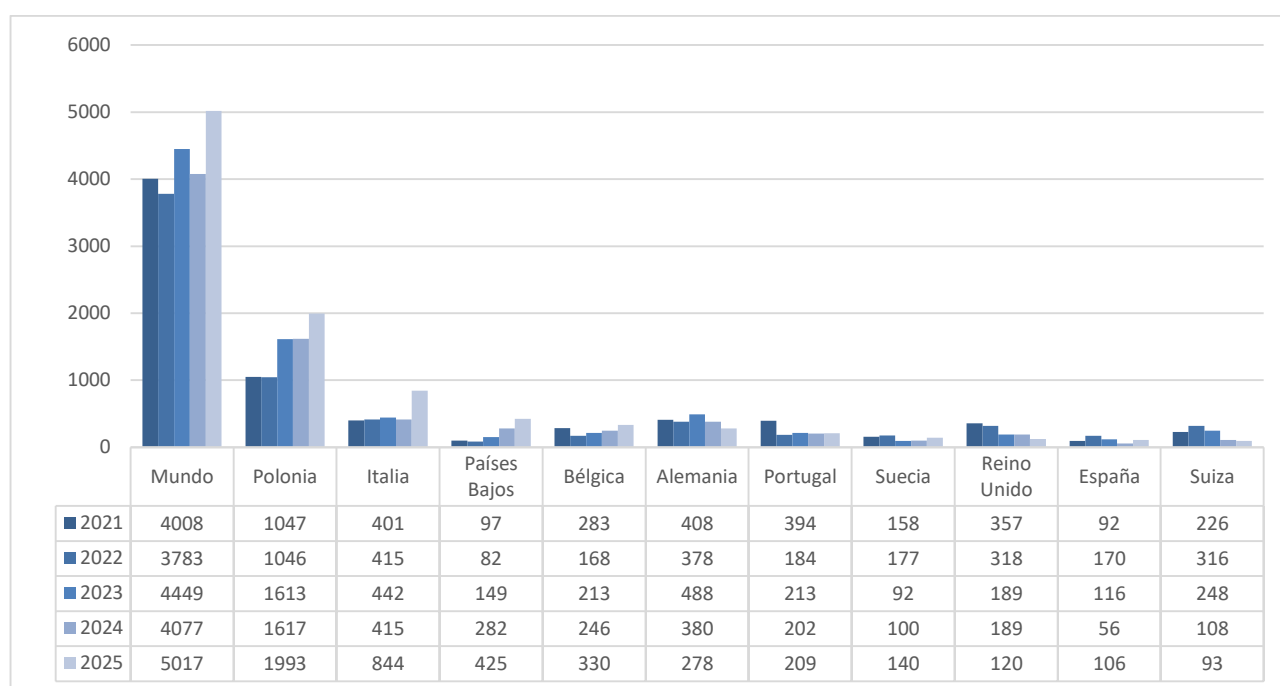
Dentro de esta categoría, los segmentos como especias mixtas y otras especias aproximadamente representaron el 22,7 % del total de ventas minoristas durante el 2025, según GlobalData. Entre las principales empresas que lideran el mercado están: McCormick & Company, Inc., K+S Group y Albert M  n  s SA cuyas marcas en el mercado corresponden a Ducros, Cerebos y Albert M  n  s.

A nivel de Europa, en este sector est  n actores claves como la European Spice Association (ESA), organización que agrupa a la industria de especias, incluido Francia, que busca promover el uso de hierbas y especias puras, seguras y saludables entre los consumidores. Así como el Syndicat National des transformateurs de Poivres, ápices, aromates et vanille que está conformado por importadores dedicados a la molienda y envasado de pimientos, especias, vainilla y plantas aromáticas.

A nivel del comercio internacional, las exportaciones francesas de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar registraron un crecimiento constante a una tasa promedio de 6 % en los últimos 5 años. Sus exportaciones al mundo tuvieron una variación positiva del 23 % pasando de USD 4 millones en el año 2024 a USD 5 millones durante el 2025. Durante el 2025, los principales países importadores de Francia se encuentran en el continente europeo, siendo Polonia su principal mercado de destino con USD 1,9 millones, mercado también interesante para este producto, mientras que Italia a pesar de tener un valor de compra bajo, fue el país que mostró un mayor crecimiento de 103 % respecto al año anterior, con envíos de USD 844 mil mientras que Países Bajos ocupó el tercer lugar con envíos de USD 425 mil.

Figura 2

Principales países de destino de las exportaciones de Francia de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar, 2021-2025 (USD miles)



Fuente: Trade Map, 2025
Partida arancelaria: 090421

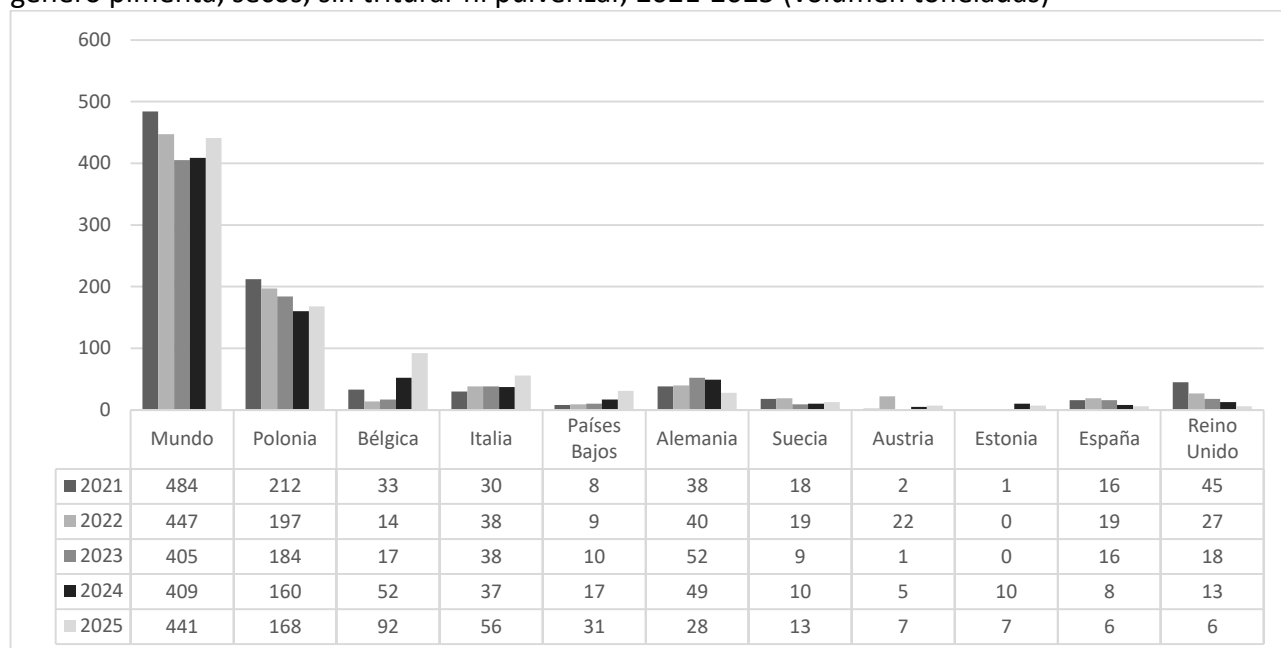
Elaboración: PROMPERÚ

En términos de volumen, las exportaciones francesas de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar, mostraron un comportamiento diferente a lo observado en términos de valor ya que se aprecia una ligera caída de 2 % en las toneladas exportadas durante los últimos 5 años. Durante el 2025, el total exportado por Francia al mundo alcanzó las 441 toneladas, mostrando una variación positiva del 8 % con respecto al año anterior.

Polonia sigue siendo el principal destino en volumen, con una tendencia decreciente en el volumen importado, pasando de importar 212 toneladas en el 2021 a 168 toneladas en el 2025. Durante el último año, Bélgica se posicionó como el segundo mercado con un valor enviado de 92 toneladas, Italia pasó al tercer lugar como destino de las exportaciones con envíos a este mercado de 56 toneladas.

Figura 3

Principales países de destino de las exportaciones de Francia de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar, 2021-2025 (volumen toneladas)



Fuente: Trade Map, 2025
Partida arancelaria: 090421

Elaboración: PROMPERÚ

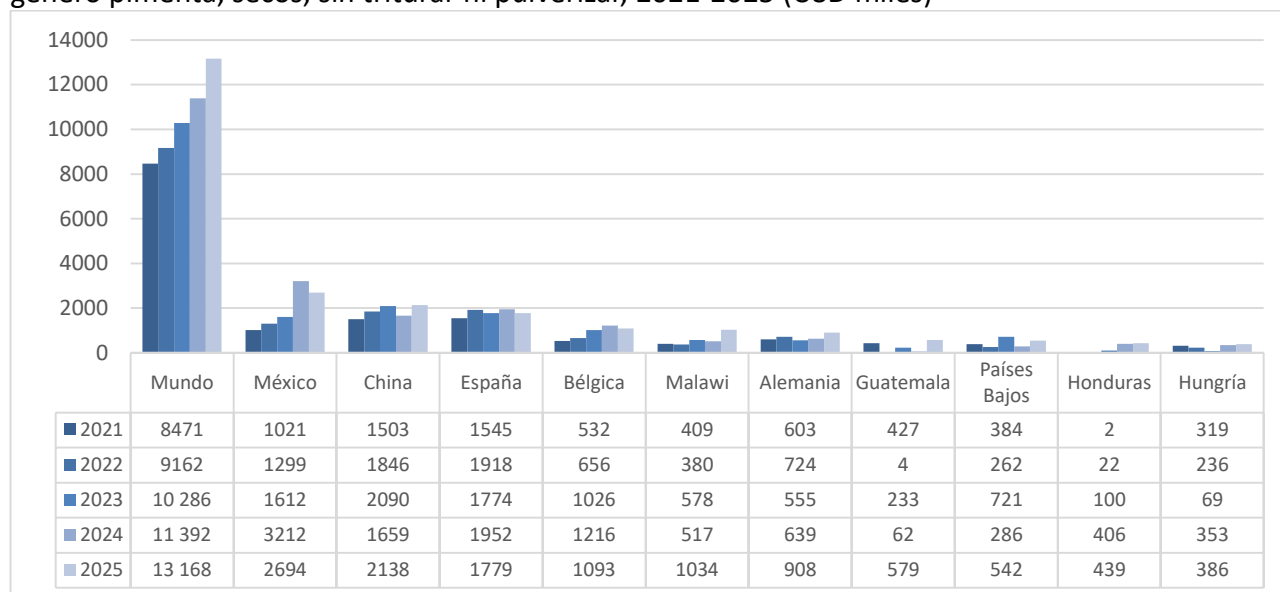
Durante el 2025, las importaciones de Francia de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar alcanzaron los USD 13 millones, mostrando una tendencia creciente de 16 % con respecto al año anterior. A partir del 2024, México pasó a ser su principal origen de la partida analizada, superando a China y España, importando de este mercado alrededor de USD 2,6 millones durante el 2025 y cuya participación representó el 20 % del total importado. A pesar de ello, en dicho año México mostró una ligera contracción de 16 % en el valor de sus envíos al mercado francés.

El segundo origen de sus importaciones es China, con un valor importado de USD 2,1 millones y una participación del 16 % en 2025. Además, este proveedor mostró un crecimiento del 29 % con respecto al año anterior. España se posicionó como el tercer origen, con USD 1,5 millones, con una participación del 14 %, tras una caída del 9 % respecto al año anterior.

Entre los proveedores de menor valor, durante el 2025 se destaca el crecimiento de los envíos por parte de Malawi, Alemania y Guatemala, cuyos envíos tuvieron una variación positiva de 100 %, 42 % y 834 % con respecto al año anterior. En conjunto, estos orígenes muestran una diversificación de las importaciones francesas, donde México ganó una importante participación, luego aparece el proveedor de Asia que es China y otros más pequeños como Malawi, Guatemala y Honduras. Por su parte, Perú aún no aparece como proveedor de páprika deshidratada para este mercado.

Figura 4

Principales países de origen de las importaciones de Francia de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar, 2021-2025 (USD miles)



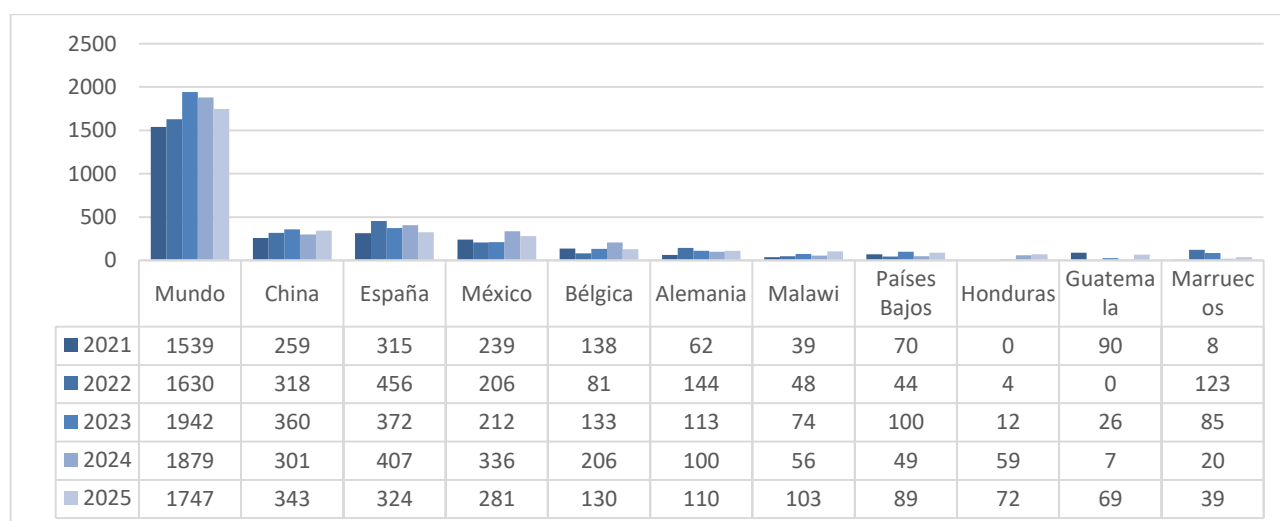
Fuente: Trade Map, 2025
Partida arancelaria: 090421

Elaboración: PROMPERÚ

Respecto al volumen, durante el 2025 se observa una ligera caída en las toneladas enviadas a Francia, las importaciones de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar alcanzaron las 1,7 mil toneladas con una variación negativa del 7 % con respecto al año anterior. En términos de volumen, China pasó a ocupar el principal lugar como origen de las importaciones francesas con envíos de 343 toneladas y una variación positiva de 14 % con respecto al año anterior, luego está España que pasó al segundo lugar con envíos de este mercado de 324 toneladas, que tuvo una caída del 20 % y en tercer lugar aparece México con envíos de 281 toneladas con una caída del 16 %.

Figura 5

Principales países de origen de las importaciones de Francia de frutos del género capsicum o del género pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar, 2021-2025 (volumen toneladas)



Fuente: Trade Map, 2025
Partida arancelaria: 090421

Elaboración: PROMPERÚ

III. Análisis de la demanda

Según Transpire Insight, los fabricantes de alimentos como embutidos, salsas y snacks demandan variedades de páprika que aporta sabores diferenciados y de orígenes únicos para crear nuevos perfiles de sabores. Estas empresas requieren de pimentón picante, dulce, ahumado y con certificación orgánica debido a que los consumidores están en la búsqueda de productos *premium*, y de probar nuevas experiencias culinarias.

La variedad de páprika dulce es la que lidera la demanda del mercado por tener la mayor participación con más del 50 %, le sigue la páprika picante y luego páprika ahumada, se proyecta que esta última será la variedad que más crecerá, con precios altos debido a su perfil de sabor diferente, al igual que el interés de los consumidores por la páprika orgánica. La presentación de páprika en polvo es lo que más se comercializa por su mayor vida útil y fácil uso.

Según la encuesta de Euromonitor Voice of the Consumer: lifestyles Survey 2025, el 80 % de los consumidores franceses afirma tener una preferencia por cocinar u hornear en casa, cifra que superó notablemente el promedio global. Esto refleja los gustos de los franceses por realizar su propia elaboración de platillos y que impacta en las decisiones de adquirir directamente estos ingredientes. Este hábito está presente desde la generación Z hasta los Baby Boomers, quienes brindaron respuestas afirmativas y se ubicaron entre el 74 % y el 83 % de los encuestados.

En este mercado, los consumidores más jóvenes son los que están buscando opciones de ingredientes de nuevos orígenes y que sean exóticos para la elaboración de platillos cada vez más saludables. En la categoría de condimentos se ven nuevos desarrollos y lanzamientos de productos, ya que los franceses buscan opciones asequibles y de mayor comodidad además de que agreguen buen sabor a sus comidas preparadas en casa.

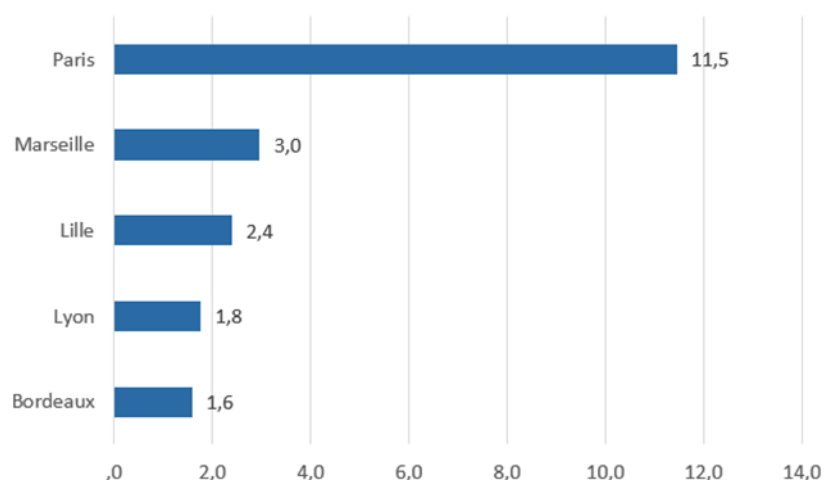
A medida que el cocinar en casa ha ido ganando terreno como una práctica habitual entre los franceses, el gasto per cápita de especias y hierbas se elevó en los últimos años, alcanzando los USD 4,9 en gasto por persona en 2025. El crecimiento de dicho hábito impulsará hacia el 2030 el aumento en el gasto per cápita hacia los USD 7,1. Esto muestra que los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por ingredientes de mayor calidad, mezcla de condimentos gourmet y hierbas aromáticas que enriquecen sus comidas, según Statista.

Entre las tendencias identificadas está el creciente interés por la gastronomía internacional, étnica y de sabores intensos, esto hace que las empresas lancen al mercado una mayor oferta de especias que cumplen con estándares de calidad, así como la creciente preferencia por las especias con certificación orgánica y que sean naturales. También hay una creciente popularidad de las dietas veganas y vegetarianas, que utilizan especias para darle mayor sabor a los platillos hechos a base de plantas, según Statista.

Entre las ciudades de mayor consumo de la categoría de hierbas, especias y condimentos se encuentra París que representó la mayor parte del consumo con 11 460 toneladas, casi 4 veces más que el consumo en Marsella, la segunda ciudad con un consumo de 2970 toneladas. Esto se debe a la alta concentración poblacional y de diversidad de nacionalidades en París y al mayor número de establecimientos gastronómicos que en los últimos años han brindado experiencias innovadoras en sus menús y con sus platillos de origen vegetal y orgánicos.

Figura 6

Top 5 de las principales ciudades de consumo de la categoría de hierbas, especias y condimentos en Francia, 2024 (volumen toneladas)



Fuente: GlobalData, 2025

Elaboración propia: PROMPERÚ

IV. Presentaciones y precios

Tabla 2

Presentaciones y precios de la páprika en polvo en Francia, 2026

Imagen referencial del producto	Datos del producto	
	Nombre del Producto	
	Nombre del Producto	Páprika en polvo
	Presentación	Envase de plástico
	Marca	Ducros
	Precio	�� 4,27
	Peso Neto	100 gramos
	País de Fabricación	Sin datos
	País de Distribución	Francia
	Nombre del Producto	Páprika en polvo
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Albert M��n��s
	Precio	�� 4,41
	Peso Neto	75 gramos
	País de Fabricación	España

	País de Distribución	Francia
	Nombre del Producto	Páprika en polvo
	Presentación	Bolsa de plástico
	Marca	Spigol
	Precio	€ 3,39
	Peso Neto	80 gramos
	País de Fabricación	Francia
	País de Distribución	Francia
	Nombre del Producto	Páprika en polvo orgánica
	Presentación	Envase de plástico
	Marca	BioWagner
	Precio	€ 2,79
	Peso Neto	40 gramos
	País de Fabricación	Sin datos
	Nombre del Producto	Páprika en polvo
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Sainte Lucie
	Precio	€ 2,69
	Peso Neto	50 gramos
	País de Fabricación	Francia
	País de Distribución	Francia
	Nombre del Producto	Páprika en polvo
	Presentación	Envase de vidrio
	Marca	Marcel Senchou
	Precio	€ 1,95
	Peso Neto	40 gramos

	País de Fabricación	Francia
	País de Distribución	Francia

Fuente: Carrefour y Auchan.

V. Requisitos de acceso al mercado

Según el portal de requisitos de acceso al mercado – RAM que se encuentra en Exportemos.pe, la páprika deshidratada es un producto regulado por la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (DIGESA), para su exportación debe contar con el registro sanitario correspondiente y a potestad del importador puede solicitar el certificado de libre venta o libre comercialización, así como la certificación oficial sanitaria para la exportación la cual debe ser tramitada virtualmente a través de la Ventanilla   nica de Comercio Exterior (VUCE).

Todas las plantas de procesamiento de alimentos peruanos deberán contar con una autorización sanitaria de establecimiento de procesamiento primario en cumplimiento de las buenas prácticas de producción e higiene, así como de la aplicación de los principios del sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC/HACCP) y los procedimientos operativos estandarizados de saneamiento (POES). Este trámite se realiza por mesa de partes.

A través de DIGESA se realiza la validación técnica oficial del plan HACCP (incluye croquis de ubicación del establecimiento, licencia de funcionamiento provisional o definitiva, última versión del plan HACCP por línea de producto actualizada, programa de higiene y saneamiento, manual de Buenas Prácticas de Manufactura y estudios que sustenten el tiempo de vida útil declarado), trámite que dura hasta los 30 días hábiles.

La exportación de páprika (*Capsicum annuum*) seca, en trozos o rodajas a Francia, está sujeta a las normas de seguridad alimentaria de la Unión Europea. Deben cumplir con los requisitos del reglamento (UE) N.   396/2005 sobre límites máximos de residuos de plaguicidas y con el reglamento (CE) N.   852/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios. Además, se debe considerar el reglamento (CE) N.   2023/915, que establece los niveles máximos de contaminantes como micotoxinas. Es esencial garantizar trazabilidad, etiquetado conforme y documentación sanitaria respaldatoria.

Las instituciones que regulan este requisito en el país de destino son:

- Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).
- DG SANTE (Comisión Europea) Salud y Seguridad Alimentaria.
- Ministerio de Agricultura y Alimentación, Dirección General de Nutrición.
- Ministerio de Asuntos Sociales y Salud, Dirección General de Salud.
- Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Control de la Competencia, Consumo y Fraude.
- Agencia Francesa de Seguridad Alimentaria, Ambiental y Laboral.
- Agencia Francesa para el Desarrollo y Promoción de la Agricultura Orgánica.

El reglamento (UE) N.   1169/2011 indica la información que debe acompañar a los productos envasados son los siguientes: nombre del producto, datos del fabricante, número de lote, fecha de fabricación, alérgenos, contenido nutricional, origen del producto, peso neto y condiciones de

conservación. El etiquetado nutricional de carácter voluntario, como el Nutri-Score, se incluye en coordinación con el importador. El etiquetado debe estar redactado en idioma francés.

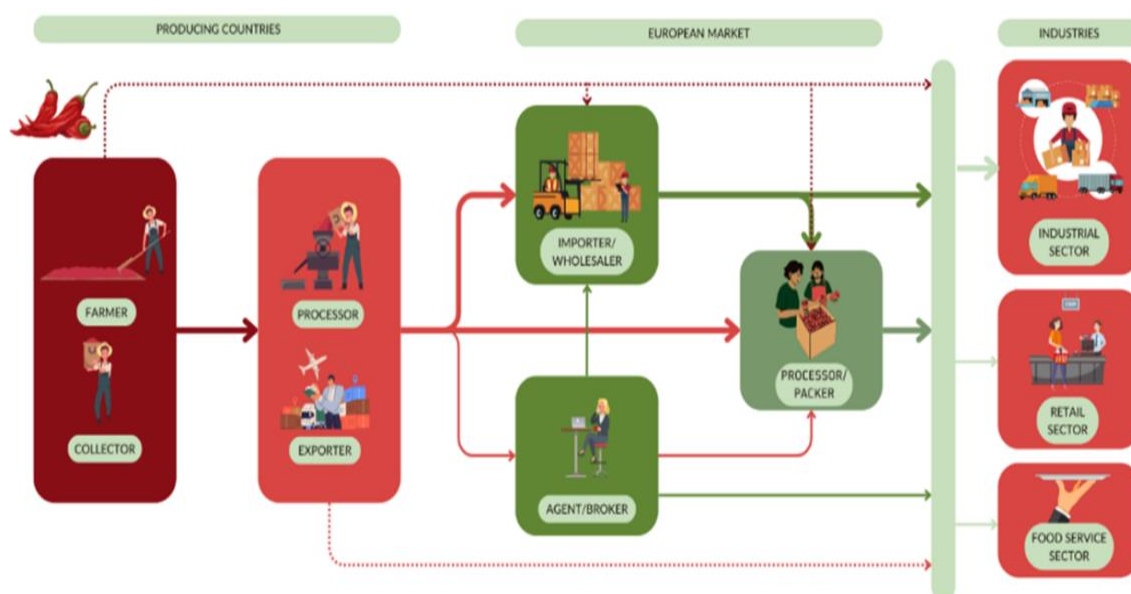
VI. Canales de distribución

Para el ingreso de páprika deshidratada al mercado europeo es importante identificar a los importadores o mayoristas especializados en especias y condimentos, que abastecen directamente el insumo a las empresas del sector alimentos, al canal minorista y al *foodservice*. Aquí aparecen importadores como Soco Herb, L'Arcadie y Comptoir des ápices. También están los corredores o agentes que son empresas intermediarias que negocian los productos de sus clientes recibiendo una comisión de ventas, según el CBI.

Estos dos actores abastecen a empresas procesadoras que convierten la páprika deshidratada en polvo y en otras presentaciones que a su vez también abastecen a las diversas industrias de alimentos y los canales que atiende un importador, llevando así el producto procesado al consumidor final.

El canal que lider   la comercialización de hierbas, especias y condimentos en Francia es el de los hipermercados, cuya participación fue del 32 %, con ventas de USD 273 millones, seguidos por las ventas en supermercados que logró tener una participación del 24 % con USD 203 millones, estos dos canales lideraron las ventas minoristas durante el 2025. Aquí aparecen las principales marcas como Carrefour, Leclerc y Auchan. Las tiendas por descuento representaron el 11 % del total, con un valor de ventas de USD 94 millones, mientras que el canal *online* tuvo una participación del 9 %, con USD 76 millones, según GlobalData.

Figura 7
Canales de distribución de ajíes secos en Europa, 2025



Fuente: CBI, 2025

VII. Contactos de interés

Tabla 3

Principales contactos

Entidad	Sitio web	Teléfono
Dirección General de Salud y Seguridad Alimentaria	https://food.ec.europa.eu/index_en	+800 6 7 8 9 10 11
Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria	https://www.efsa.europa.eu/es	+39 0521 036 111
Ministerio de Agricultura y Alimentación	https://agriculture.gouv.fr/french-ministry-agriculture-and-food	-
Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Control de la Competencia, Consumo y Fraude.	https://www.economie.gouv.fr/	+33 1 40 04 04 04
Agencia Francesa de Seguridad Alimentaria, Ambiental y Laboral.	https://www.anses.fr/en	+33 1 49 77 13 50
Aduanas de Francia	https://www.douane.gouv.fr/la-douane/qui-sommes-nous	+33 0 800 94 40 40
Business France	https://www.businessfrance.fr/	-

prom
perú