

# 10 alimentos peruanos que no pueden faltar en una dieta equilibrada

Perú es conocido por su rica biodiversidad y variedad de alimentos nutritivos. Incluir productos locales en nuestra dieta no solo es saludable, sino también una forma de apoyar la producción nacional. Aquí te presentamos 10 alimentos peruanos que no pueden faltar en una dieta equilibrada.

## 1. Quinoa

Considerada un superalimento, la quinoa es rica en proteínas, fibra y aminoácidos esenciales. Es una excelente opción para sustituir el arroz o acompañar ensaladas.

## 2. Camu camu

Este pequeño fruto amazónico es una de las fuentes más ricas en vitamina C del mundo. Fortalece el sistema inmunológico y combate el estrés oxidativo.

## 3. Pescado azul

El jurel y la caballa, típicos de la costa peruana, son ricos en ácidos grasos omega-3, esenciales para la salud cardiovascular y cerebral.

## 4. Papa nativa

La diversidad de papas nativas no solo es un orgullo peruano, sino también una fuente de carbohidratos complejos, vitaminas y antioxidantes.

## **5. Ají amarillo**

Más allá de dar sabor a los platos, el ají amarillo contiene vitamina C y capsaicina, compuestos beneficiosos para la circulación y el sistema inmunológico.

## **6. Tarwi**

Este grano andino es rico en proteínas, fibra y minerales como el hierro. Es ideal para vegetarianos y personas que buscan alternativas al consumo de carne.

## **7. Palta (aguacate)**

La palta peruana es una fuente excelente de grasas saludables, vitamina E y potasio, ayudando a mantener un corazón sano.

## **8. Choclo**

El maíz peruano, con sus granos grandes y dulces, aporta energía gracias a su contenido de carbohidratos y es una fuente natural de fibra.

## **9. Kiwicha**

Otro superalimento andino, la kiwicha, contiene proteínas, calcio y hierro, ideal para fortalecer huesos y prevenir la anemia.

## **10. Cañihua**

Similar a la quinua, pero con mayor contenido de hierro, es perfecta para quienes buscan combatir la fatiga o mejorar su salud sanguínea.

## **LEE MÁS:**

*Los mejores frutos secos para una buena dieta, según la IA*

## CONOCE NUESTRO TIKTOK:

@camaracomerciolima ¡ATENCIÓN! 📺 Estos son todos los feriados largos del 2025. 📺📺📺 #camaracomerciolima #viralperu #vacaciones #feriadolargo #derecholaboral #añoNuevo2025 🎵 *Blinding Lights – Instrumental – The Weeknd*

---

# Conozca la evolución de las exportaciones peruanas de ajo y kion

El **ajo** y el **jengibre** o **kion** son ingredientes que son la base de muchos platos de la gastronomía peruana; sobre todo están presentes en las comidas típicas o de fusión entre las culturas peruana y asiática, es decir, en el chifa o los platos nikkei.

**Lee también: Perú se consolidó como cuarto exportador mundial de jengibre**

No obstante, estos ingredientes no solo son apreciados por su sabor y su utilidad en la cocina, pues diversos estudios les atribuyen beneficios para la **salud**. En el caso del **ajo**, según datos de la Fundación Española de Nutrición, es una fuente de proteínas, yodo, fósforo, potasio, vitamina B6 y compuestos sulfurados; además, posee propiedades antioxidantes, antisépticas, fungicidas, bactericidas y depurativas, lo cual ayudaría a fortalecer el sistema inmunológico y mejorar la salud cardiovascular.

A su vez, al **jengibre** o **kion** se le atribuyen facultades

antioxidantes y antiinflamatorias, además de facilitar la digestión y prevenir y aliviar síntomas de enfermedades como la tos, la gripe, entre otros.

En suma, los atributos culinarios y los beneficios para la salud, tanto del **ajo como del kion**, los hacen muy demandados a nivel mundial. En ese sentido, en el presente artículo, analizaremos la evolución de las exportaciones peruanas de ambos productos en sus distintas presentaciones.

## **Exportaciones de ajo en sus diversas presentaciones**

### **Tabla 1. Exportaciones peruanas de ajo en diversas presentaciones**

#### **– Ajos frescos o refrigerados**

En 2020, las **exportaciones de ajos frescos o refrigerados** totalizaron 12 081 toneladas por un valor de alrededor de **US\$ 27 millones**, cifras que evidenciaron una caída de 0,2 % en cuanto a cantidad exportada, pero un incremento de 51 % respecto al valor. No obstante, en 2021, se exportaron 12 557 toneladas (+3,9 %) por cerca de **US\$ 20 millones** (-26,1 %); y, en 2022, se despacharon 16 841 toneladas (+34,1%) al exterior por alrededor de **US\$ 24 millones** (+22,3%).

Por otro lado, entre enero y septiembre de 2023, las exportaciones de este producto sumaron 7 672 toneladas por US\$ 9 millones (valor promedio por tonelada de US\$ 1.21). Ecuador fue el principal destino con 3 815 toneladas por US\$ 2,6 millones; seguido de México (1 562 toneladas por US\$ 2,4 millones); y Estados Unidos (1 223 toneladas por US\$ 2,9 millones).

#### **– Ajos secos**

Las **exportaciones de ajos secos** disminuyeron en 2020, pues

totalizaron 58 toneladas (-75,8 %) por **US\$ 114 428** (-72,1%); mientras que, en 2021, la caída fue de 88,7 % en cuanto a cantidad y de 75,8 % en valor, debido a que se registraron 7 toneladas por **US\$ 27 703**. No obstante, en 2022, los despachos evidenciaron una recuperación al sumar 230 toneladas (+3 424,3 %) por **US\$ 137 864** (+397,6 %).

De otro lado, entre enero y septiembre de 2023, se enviaron 59 toneladas por **US\$ 56 828**; siendo Colombia el principal destino, al comprar 51 toneladas por **US\$ 19.487**; seguido de Ecuador con 4 toneladas por US\$ 24 122).

#### **– Condimentos y sazonadores a base de ajo**

En cuanto a los envíos de **condimentos y sazonadores de ajo**, entre los que se encuentran el polvo de ajo, pasta de ajo, sazonador de arroz de ajo, entre otros, en 2020 totalizaron 227 toneladas por **US\$ 614 987**, cifras que demostraron incrementos de 15,5 % en cuanto a la cantidad y 18,1 % en cuanto al valor.

El crecimiento continuó en 2021, al totalizar 291 toneladas (+28,2 %) por **US\$ 911 436** (+48,2 %). No obstante, en 2022, se registraron caídas, en cuanto a cantidad (-35 %) y en valor (-43,7 %).

En cuanto a 2023, entre enero y septiembre pasado, los despachos de este producto ascendieron a 171 toneladas por **US\$ 470 999**; siendo Chile el principal destino con 70 toneladas por **US\$ 210 830**; seguido de Bolivia (55 toneladas por US\$ 151 026) y Estados Unidos (44 toneladas por US\$ 97 781).



Año	Ajos frescos o refrigerados, excepto para siembra		Ajos secos		Condimentos y sazónadores a base de ajo	
	FOB (US\$)	Toneladas	FOB (US\$)	Toneladas	FOB (US\$)	Toneladas
2019	17 701 465	12 107	409 583	240	520 649	197
2020	26 736 655	12 081	114 428	58	614 987	227
2021	19 750 036	12 557	27 703	7	911 436	291
2022	24 152 539	16 841	137 864	230	513 406	189
Ene-sep 2023	9 253 796	7 672	56 828	59	470 999	171

Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM

## Exportaciones de jengibre (kion) en sus diversas presentaciones

Tabla 2. Exportaciones peruanas de jengibre (kion) en diversas presentaciones

### – Jengibre (kion) sin triturar y sin pulverizar

En cuanto al jengibre o kion sin triturar y sin pulverizar, durante 2020 se produjo un repunte importante de este producto debido a la pandemia originada por la Covid-19, ya que se le atribuye beneficios para la salud en caso de enfermedades respiratorias. Es por ello que, en dicho año, los envíos aumentaron en 115,8 % en cuanto a cantidad y en 154,7 % en valor.

A su vez, en 2021, la cantidad exportada aumentó en 8,8 % en contraste con el valor que disminuyó en 19,9 % (**US\$ 84 millones**). De la misma manera, en el 2022, la cantidad exportada aumentó en 2,2 % y el valor disminuyó en 23,6 %.

Asimismo, entre enero y septiembre de 2023, los envíos ascendieron a 53 731 toneladas por el valor de **77 millones**.

Los principales países compradores fueron Estados Unidos (23 102 toneladas por US\$ 33 millones), Países Bajos (16 574 toneladas por **US\$ 24 millones**) y Canadá (2 738 toneladas por **US\$ 4 millones**).

#### **- Jengibre (kion), triturado o pulverizado**

En lo que respecta a los envíos de jengibre o kion triturado o pulverizado, en 2020 mostraron incrementos de 114,1 % en cantidad y 155 % en cuanto a valor; mientras que, en 2021, los incrementos fueron de 43,6 % y de 58,2 %, respectivamente. No obstante, en 2022, las exportaciones cayeron 1,6 % en cantidad y 8,9 % en valor.

En cuanto al periodo enero y septiembre de 2023, los despachos de este producto ascendieron a 530 toneladas por **US\$ 1,2 millones**. Brasil fue el principal destino, con 163 toneladas por **US\$ 174 895**. Le siguieron México (90 toneladas por **US\$ 188 299**); Estados Unidos (70 toneladas por **US\$ 209 772**) y Alemania (54 toneladas por **US\$ 206 223**).

#### **- Condimentos y sazonadores de jengibre (kion)**

Finalmente, en cuanto a los condimentos y sazonadores a base de jengibre, entre los cuales destacan el kion en polvo, durante 2020 se exportaron 524 kilogramos (+31,8 %) por **US\$ 2.256** (+166,4 %); mientras que, en 2021, los despachos ascendieron a 571 kilogramos (+9 %), pero el valor disminuyó en 37,8 %.

En 2022, la cantidad exportada siguió creciendo, llegando a los 642 kilogramos (+12,4 %) por **US\$ 1 199** (-14,6 %); mientras que en el periodo enero-setiembre de 2023, las exportaciones de este producto ascendieron a 374 kilogramos por **US\$ 2.004**; siendo Chile el principal destino.

Un efecto común que observamos es que, en 2020, en plena pandemia, el valor del ajo y del jengibre o kion se apreciaron por la alta demanda que alcanzaron, por los motivos ya

expuestos. No obstante, a partir de 2021, el precio por tonelada de estos productos se estabilizó, retornando a sus promedios históricos.



Año	Jengibre (kion), sin triturar ni pulverizar		Jengibre (kion), triturado o pulverizado		Condimentos y sazonadores a base de jengibre (kion)	
	FOB (US\$)	Toneladas	FOB (US\$)	Toneladas	FOB (US\$)	Kilogramos
2019	41 102 624	23 223	489 104	274	847	398
2020	104 676 107	50 127	1 247 093	587	1 931	352
2021	83 892 322	54 534	1 973 222	843	587	254
2022	64 091 154	55 727	1 798 264	830	1 154	612
Ene-sep 2023	76 857 021	53 731	1 257 677	530	2 004	374

Fuente: Sunat

Elaboración por: IDEXCAM

### LEER MÁS:

*Exportaciones de kion peruano crecieron 50% tras sumar US\$ 25,7 millones en primer trimestre*

# Segunda edición de HORECA

# 2023 concretó negocios por S/ 4.5 millones

El Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), con el apoyo del programa **AL-INVEST Verde**, organizó de manera presencial la segunda edición del **“Encuentro Empresarial del Sector HORECA 2023”**.

El evento, que se realizó el 27 de noviembre, contó con la participación de **40 empresas ofertantes del sector alimentos y bebidas**, las cuales se reunieron con 12 empresas compradoras, destacando la presencia de Rústica, Casa Andina, Hotel BTH, Don Mamino, entre otros. Es importante mencionar que este segundo encuentro empresarial llegó a concretar un total de 325 citas de negocio y un monto negociado de S/ 4.5 millones de soles para los siguientes 12 meses.

Los productos más solicitados durante el encuentro fueron: vino de arándanos, cerveza artesanal, endulzantes, mermeladas y ketchup picante, reflejando así las tendencias y preferencias del mercado.



Este destacado evento tuvo lugar en la sede principal de la CCL, brindando una amplia cobertura empresarial y fortaleciendo los lazos comerciales entre los participantes.

Finalmente es importante señalar que el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima tiene planeado organizar eventos similares el próximo año. Estos encuentros continuarán atrayendo a diversas empresas del **sector de alimentos y bebidas** con el objetivo de fomentar la creación de nuevas alianzas comerciales que impulsen el desarrollo del mercado.

#### **LEER MÁS:**

*HORECA 2023 generó negocios por S/ 6,5 millones*

---

## **Alimentos orgánicos: una oportunidad para los exportadores peruanos**

En las últimas décadas, el mercado de alimentos orgánicos ha experimentado un crecimiento sin precedentes, impulsado por avances tecnológicos en la **agricultura** y una creciente conciencia sobre la **salud y el bienestar**.

**Lee también: La importancia de la certificación orgánica**

Precisar que, la industria de la comida orgánica está presente de manera formal desde hace, al menos, 30 años, y está integrada por empresas que se dedican a producir alimentos que sean cada vez más saludables, donde no se empleen pesticidas convencionales, fertilizantes hechos con ingredientes sintéticos o con composta de desechos humanos, así como con bioingeniería, radiación iónica o que estén genéticamente modificados.

En el contexto de la **industria alimentaria**, “orgánico” significa ausencia de insecticidas y fertilizantes químicos o sintéticos, así como un retorno a las prácticas naturales en los cultivos. En este sentido, los productos orgánicos no solo son de origen vegetal, sino que también los de origen animal pueden clasificarse como orgánicos siempre y cuando los animales de los que provengan no sean criados con antibióticos u hormonas de crecimiento.

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, por sus siglas en inglés) establece estándares rigurosos para certificar un alimento como **orgánico**, enfocándose en prácticas agrícolas naturales y la ausencia de pesticidas y fertilizantes sintéticos. De esta manera, un alimento es certificado como orgánico cuando los agricultores y productores emplean prácticas con la finalidad de adherirse a los estándares establecidos para ello.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), los productos orgánicos certificados suelen ser más costosos que sus equivalentes comunes y corrientes por diversos motivos, como la oferta limitada con relación a la demanda; los costos de producción más elevados, porque requieren más mano de obra por unidad de producción y porque la mayor diversidad de las empresas impide hacer economías de escala; la manipulación postcosecha de cantidades relativamente reducidas de estos **alimentos** tiene un costo más alto por la separación obligatoria de los **productos orgánicos** respecto de los ordinarios, especialmente durante la

elaboración y el transporte; y porque la cadena de comercialización y distribución de los productos orgánicos es en cierta forma ineficiente y los costos son más elevados por tratarse de volúmenes relativamente pequeños.

No obstante ello, un estudio publicado en Nature Plants indica que, aunque el rendimiento de la **agricultura orgánica** es menor que el de la convencional, las frutas y verduras cultivadas con métodos orgánicos tienen mayor calidad nutricional, son un 22 % a 35 % más rentables y tienen impactos positivos en el medio ambiente. Como puede verse, la oportunidad está allí, es cuestión de tomarla

## **Alimentos orgánicos en auge**

En 2020, la crisis del COVID-19 aceleró aun más el crecimiento del mercado de alimentos orgánicos en Europa. Así, al igual que en **Estados Unidos**, los consumidores europeos se han volcado a adquirir los productos relacionados con la **salud y el bienestar**, y prestan mayor atención a la prevención de **enfermedades**. Además de ello, las intervenciones y regulaciones de la Unión Europea para garantizar la calidad de los alimentos orgánicos han impulsado este mercado. En ese contexto, se espera que el tamaño del **mercado de alimentos y bebidas orgánicas** de Europa crezca de **US\$ 123 078 millones en 2023 a US\$ 239 090 millones para 2028, a una tasa anual de un 14,15 %**.

## **Producción de alimentos orgánicos en Perú**

Pese a que el Perú exporta anualmente miles de millones de dólares en frutas y hortalizas (en 2022 las cifras fueron de US\$ 4 800 millones y US\$ 1 300 millones, respectivamente), solo un pequeño porcentaje cumple con los estándares para ser considerado **orgánico**.

Por ejemplo, en el caso de las uvas frescas, uno de los principales productos agrícolas de exportación, el Perú exportó en 2022 un total de valor y volumen aproximado de **US\$ 1 300 millones** y 554 783 toneladas, respectivamente. No obstante, solo el 1 % de dicha cantidad fue orgánico, un volumen muy bajo. Cabe señalar que esto no quiere decir que la uva que exportamos sea de mala calidad, solo que no entraría en el etiquetado de productos orgánicos.

Caso contrario pasa con las **bananas peruanas** que se envían al exterior. En 2022, se registraron envíos de bananas de la variedad Cavendish, por un monto aproximado de **US\$ 120 millones** en valor y 180 000 toneladas en volumen. De ese total, el 98 % fueron declaradas como orgánicas, por lo que se deduce que los productores y exportadores de bananas en el Perú apuntan directamente al mercado orgánico, específicamente a países de la Unión Europea y de Estados Unidos, sus principales mercados de destino (entre ambos concentran el 80 % del total exportado, aproximadamente).

Otro producto orgánico de éxito son las **paltas**, de las cuales se exportan anualmente unas 500 000 toneladas por un valor aproximado de **US\$ 800 millones**, y de las cuales el 87 % son declaradas como orgánicas, llegando principalmente a Estados Unidos y la Unión Europea.

Otro producto orgánico que el Perú exporta es el **cacao en grano**. En 2022, los envíos de este producto ascendieron aproximadamente a 64 700 toneladas por un valor de **US\$ 150 millones** y 64 700 toneladas. De dicho total, el 16 % fue cacao orgánico, siendo sus principales mercados de destino la Unión Europea, seguido de Estados Unidos.

En el caso de los **arándanos**, el año pasado se exportaron unas 275 000 toneladas por un valor de **US\$ 1 300 millones**, de los cuales solo el 4 % fueron declarados como orgánicos.

En cuanto a las **hortalizas orgánicas peruanas** que se envían al

exterior figuran los espárragos, cebollas y ajos. No obstante, del total enviado de estos productos, solo el 1 % figura como orgánico.

## Exportación de productos orgánicos ( 2022)

PRODUCTOS		FOB ( US\$)	VOLUMEN (kg)
Arándanos frescos	Orgánico	53 331 668	10 784 416
	No orgánico	1 269 996 084	264 982 333
Uvas frescas	Orgánico	10 665 478	2 539 588
	No orgánico	1 337 375 277	552 243 887
Ajos frescos	Orgánico	241 525	168 406
	No orgánico	23 911 013	16 672 175
Cebollas frescas	Orgánico	591 180	1 057 080
	No orgánico	105 736 279	298 388 389
Espárragos frescos	Orgánico	3 697 418	1 296 322
	No orgánico	366 044 403	128 335 896
Cacao en grano	Orgánico	25 801 349	8 447 034
	No orgánico	132 802 167	56 323 245
Paltas frescas	Orgánico	786 777 891	515 644 910
	No orgánico	97 250 150	67 889 244
Bananas frescas	Orgánico	195 426 270	269 746 089
	No orgánico	4 919 602	7 170 286

Fuente: SUNAT

Elaboración: IDEXCAM

Es importante resaltar que el sector agropecuario peruano, considerado el principal no tradicional, ha experimentado un impulso significativo en los últimos años. Los empresarios han invertido en mejores procesos de producción, optimizando tanto el rendimiento como la calidad de los **productos**. A pesar de los desafíos para ingresar al exigente mercado de productos orgánicos, el empresariado peruano debe explorar e invertir en técnicas específicas para cosechar este tipo de productos y

cumplir con las normas correspondientes.

Todos estos avances han dado lugar a que el Perú sea visto como un país que produce y exporta productos frescos de calidad, ayudando a mantener el sello de calidad y reconocimiento que nuestra gastronomía ha adquirido en los últimos 20 años. No obstante, como podemos ver, el ascendente mercado global de productos orgánicos se muestra como una gran oportunidad que el empresariado peruano debería aprovechar cada vez más. Es verdad que es un mercado de difícil acceso por las normas y requisitos que se exigen y que hay que investigar e invertir en técnicas para lograr producirlos; pero también es muy cierto que los **alimentos orgánicos** con frecuencia cuestan más que sus similares cultivados con los métodos habituales (convencionales); es decir, son más rentables.

#### **LEER MÁS:**

*Frutas peruanas continúan ganando mercados*

---

## **Exportación del turrón: 5 empresas concentran el 65%**

El **turrón** es uno de los dulces tradicionales más populares del Perú y de **mayor consumo en octubre** por las celebraciones del **Señor de los Milagros**, fiesta de devoción religiosa que se ha extendido a distintas partes del mundo donde están presentes

las colonias peruanas.

### **Lee también: 4 consejos para adaptar exitosamente tu negocio en temporada de verano**

Precisamente, conforme a las estadísticas del Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), entre enero y agosto del presente año las exportaciones de turrón sumaron **US\$ 159 024 (29 896 kilogramos)**, donde 5 empresas concentraron el **65 %** del total exportado.

Las empresas Belmont Foods Perú S.A.C. y Gerald & Camila Export E.I.R.L. reportaron los mayores valores exportados en dicho periodo con US\$ 31 181 y US\$ 18 445, respectivamente; seguidos de Peruvian Colllcas Foods S.A.C. (US\$ 17 658), Industria Panificadora San Jose S.A. (US\$ 17 546), y CV Eximp Sociedad Anonima Cerrada – CV Eximp S.A.C. (US\$ 16 879).

Cabe mencionar que, en el periodo de análisis, el **turrón peruano** llegó a 13 destinos siendo sus principales mercados **Estados Unidos, Países Bajos, Japón y Chile**. En el caso de Estados Unidos, los envíos sumaron US\$ 91 564, experimentando un crecimiento de 11 %, respecto al mismo periodo del 2022.

Así también, los despachos de **turrón** hacia Países Bajos registraron un importante avance de 54 % en cuanto a valor (US\$ 17 658) y 61 % en cuanto a volumen (3 006 kg).

Respecto a la presentación del producto, las cajas de medio kilo y de 250 gramos fueron las más demandadas con una participación del 66 % del total exportado. En el caso de la presentación de 500 gramos se exportaron 14 446 kg valorizados en US\$ 72 647; en tanto, de la versión de 250 gramos, el valor exportado fue de US\$ 33 090 (+19 %).

En el periodo de análisis, las presentaciones de 1 kg y 650 gramos también van ganando un buen desempeño con un crecimiento de 70 % y 105 %, respectivamente.

## LEER MÁS:

*Exportaciones habrían crecido 6 % en julio tras superar los US\$ 4 900 millones*

---

# Alimentos peruanos tendrán mayor posicionamiento en Europa pese a pandemia

Desde el confinamiento y la pospandemia, el mercado europeo registra una alta demanda de alimentos frescos, orgánicos y procesados, que los exportadores peruanos pueden aprovechar.

Precisamente el **Consejero Comercial de Perú de la OCEX de Milán en Italia, Jaime Cárdenas**, estimó que los alimentos peruanos en la zona europea tendrían el próximo año una oportunidad de mayor posicionamiento, puesto que fueron los menos afectados durante la pandemia.

La importancia de la certificación orgánica

Novel Foods tienen gran oportunidad en la Unión Europea

Rubén Carrasco: El Agro no puede parar

“También hay posibilidad de desarrollar una nueva gama de productos pesqueros de mucho potencial, tanto en congelados como en conservas”, manifestó Cárdena, durante su participación en la **Reunión Virtual de Confraternidad en honor a los Consejeros Económicos Comerciales del Perú en el Exterior** organizado por la Cámara de Comercio de Lima.

Asimismo, dijo que **en Europa hay un creciente interés por los alimentos libre de pesticidas y productos orgánicos y sostenibles**, sobre todo por aquellos que aportan beneficios para la salud como los arándanos, cítricos, paltas, mangos y espárragos.

Sin embargo, advirtió que si bien existen oportunidades para estos productos, se debe considerar que las condiciones económicas y la actividad del consumidor, en la mayoría de los países europeos permanecerían por debajo de los niveles de 2019 al final de 2021.

“Por ende, **es importante que las empresas e instituciones incluyan este cronograma de recuperación** en su planificación y estrategias”, anotó.