

INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE EL PERÚ Y LOS PAÍSES MUSULMANES

Estudio de evolución, estructura y
oportunidades comerciales

Periodo analizado: 2024 – junio de 2026



Evolución comercial



Diversificación de
mercados



Certificación Halal



CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	4
INDICADORES	5
Exportaciones peruanas hacia países musulmanes	6
importaciones peruanas desde países musulmanes	10
COMERCIO DE LOS PAÍSES DE LA REGIÓN CON PAÍSES MUSULMANES	13
Brasil	13
Medio Oriente y Norte de África	13
África Subsahariana	14
Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático	15
Europa y Eurasia	16
Ecuador	18
Medio Oriente y Norte de África	18
Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático	19
Europa y Eurasia	20
Chile	21
Medio Oriente y Norte de África	21
África Subsahariana	22
Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático	23
Europa y Eurasia	25
Colombia	26
Medio Oriente y Norte de África	26
África Subsahariana	27
Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático	28
Europa y Eurasia	29
CERTIFICACIÓN HALAL	31
Alcance y Conceptos Clave	31
Implicancias en la Cadena de Suministro y Logística	32
El Mercado Global Halal y Oportunidades Comerciales	32
Oportunidades para el sector agroexportador peruano	32

CONTENIDO

El Esquema de Certificación y Acreditación	33
Proceso Típico para la Obtención de la Certificación	33
Categorización de la oferta exportable peruana bajo el concepto Halal	34
Sector Agroindustrial y Cacao/Café (El principal bloque)	34
Sector Cárnico (Hito en desarrollo)	34
Pesca y Acuicultura	34
¿Quién expide estas certificaciones en el Perú?	35
La Asociación Islámica del Perú	35
Certificadoras Privadas Internacionales con filial o representación en Perú	35
Observación clave para el exportador	36
OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA PERÚ	36
Arándanos	36
Mango	38
Paltas	40
Nueces del Brasil	42
Pota	45
CONCLUSIONES	48

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio examina la evolución y estructura del intercambio comercial entre el Perú y un conjunto amplio de países musulmanes de Medio Oriente y el norte de África, África subsahariana, Asia central, sur y sudeste de Asia, Europa y Eurasia durante 2024, 2025 y el acumulado a junio de 2026. A partir de información de la SUNAT, se analiza el valor y volumen de las exportaciones e importaciones, la balanza comercial, la composición por productos y la concentración geográfica de los flujos.

Los resultados muestran una relación comercial relevante y en expansión: el intercambio total pasó de US\$ 2 223,7 millones en 2024 a US\$ 2 457,6 millones en 2025, un crecimiento de 10,52%. Las exportaciones peruanas aumentaron 15,69%, hasta US\$ 975,9 millones, mientras que las importaciones crecieron 7,36%, hasta alcanzar los US\$ 1 481,7 millones. Pese al mayor dinamismo exportador, el Perú mantuvo una balanza deficitaria, aunque el saldo negativo se redujo de US\$ 536,6 millones a US\$ 505,8 millones. Para 2026, las cifras son parciales y corresponden al primer semestre, por lo que no deben compararse directamente con años completos.

En materia exportadora, se identifica una elevada concentración tanto por productos como por destinos. Predominan los minerales —especialmente concentrados de cobre y plata, oro, zinc y estaño— junto con cacao, café, arándanos, uvas, paltas, pota, antracita y fosfatos. Turquía, Malasia e Indonesia concentran aproximadamente el 87% de los envíos, lo que evidencia dependencia de pocos mercados. Al mismo tiempo, el avance de las paltas y otros productos agroindustriales, así como el fuerte crecimiento de los concentrados de cobre y plata, revela oportunidades para ampliar y diversificar la oferta.

Por el lado de las importaciones, la canasta incluye vehículos, productos siderúrgicos, fertilizantes, calzado, alimentos procesados, plásticos, equipos de refrigeración, componentes electrónicos y equipos de telecomunicaciones. Esta composición muestra que el vínculo abastece tanto el consumo como la producción nacional, la construcción, el transporte y la agricultura. Destacan el crecimiento de vehículos ensamblados, barras y perfiles de acero, fosfato diamónico y preparados de café, mientras que la categoría de demás productos confirma una base importadora diversificada.



La importancia del estudio radica en que estos mercados ofrecen al Perú una vía concreta para reducir su dependencia de destinos tradicionales, aprovechar la demanda de economías de distintas regiones y fortalecer la resiliencia del comercio exterior. Sin embargo, también expone desafíos: concentración en commodities y pocos compradores, volatilidad de precios, déficit comercial persistente, distancia logística y necesidad de cumplir requisitos sanitarios, técnicos y culturales. En particular, los estándares de trazabilidad, inocuidad y certificación halal pueden facilitar el acceso de alimentos peruanos y favorecer una mayor diferenciación y valor agregado. En términos estratégicos, el documento aporta evidencia para priorizar la promoción comercial, diversificar productos y destinos, desarrollar capacidades de certificación y logística, y convertir una relación todavía concentrada en una plataforma de crecimiento más estable y sostenible.

INDICADORES

El intercambio comercial entre el Perú y los países musulmanes (comprendiendo naciones de: a) Medio Oriente y norte de África; b) África subsahariana; c) Asia central, sur de Asia y Sudeste Asiático; y d) Europa y Eurasia) ha mostrado una dinámica creciente, alcanzando valores anuales cercanos a los US\$ 975 millones.

A pesar de la distancia geográfica y cultural, esta relación representa una oportunidad de diversificación clave para la oferta exportable peruana, especialmente en los sectores minero, agrícola y pesquero.

Tabla 1: Intercambio comercial entre Perú y países musulmanes. Periodo 2024 - 2026

INDICADORES	2024	2025	2026*
EXPORTACIONES	\$ 843 546 711	\$ 975 877 662	\$ 588 670 094
IMPORTACIONES	\$ 1 380 112 431	\$ 1 481 675 268	\$ 895 082 709
INTERCAMBIO COMERCIAL	\$ 2 223 659 142	\$ 2 457 552 929	\$ 1 483 752 803
BALANZA COMERCIAL	\$ -536 565 721	\$ -505 797 606	\$ -306 412 614

Fuente: SUNAT
 Elaboración: IDEXCAM
 (*) Actualizado hasta junio

Entre 2024 y 2025, el intercambio comercial entre Perú y los países musulmanes mostró un crecimiento de 10,52%, al pasar de US\$ 2 223 millones a US\$ 2 457 millones. La relación bilateral se caracterizó por un déficit estructural sostenido para el Perú, aunque amortiguado levemente por el dinamismo de los envíos peruanos al cierre del 2025. Para el periodo acumulado a 2026, el flujo total registrado se sitúa en US\$ 1 483 millones.

En el componente exportador, las ventas peruanas hacia este mercado aumentaron 15,69% en 2025, alcanzando US\$ 975 millones frente a los US\$ 843 millones reportados en 2024. Por su parte, los despachos acumulados a 2026 suman US\$ 588 millones, representando el 39,67% del volumen total comercializado en dicho periodo.

En cuanto a los flujos de importación, las compras peruanas desde esta región crecieron 7,36% en 2025, elevándose de US\$ 1 380 millones a US\$ 1 481 millones. A junio de 2026, las importaciones registran US\$ 895,1 millones, consolidándose como la fuerza dominante en la estructura del intercambio al explicar el 60,33% del comercio acumulado.

Como resultado de esta dinámica, la balanza comercial se mantuvo deficitaria para Perú en todo el periodo analizado. Sin embargo, el saldo negativo se redujo un 5,73% en 2025, al pasar de un déficit de US\$ 536 millones a uno de US\$ 505 millones gracias al mayor ritmo de crecimiento de la oferta exportable nacional. En el primer semestre del presente año, el déficit comercial alcanzó los US\$ 306 millones.

EXPORTACIONES PERUANAS HACIA PAÍSES MUSULMANES

Tabla 2: Principales líneas de producto exportadas por Perú hacia países musulmanes. Periodo 2024 - 2026

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2024		AÑO 2025		AÑO 2026*	
	FOB	TONELADAS	FOB	TONELADAS	FOB	TONELADAS
Oro en bruto	\$ 209 878 505	11	\$ 284 137 906	10	\$ 19 973 414	1
Cacao en grano	\$ 276 287 166	37 828	\$ 173 700 266	24 057	\$ 30 474 704	8 210
Concentrado de cobre	\$ 75 492 012	42 633	\$ 154 621 742	59 959	\$ 317 399 628	105 622
Zinc en bruto	\$ 23 288 683	8 326	\$ 64 436 841	22 273	\$ 32 520 623	9 816
Máquinas de sondeo o de perforación autopropulsadas	\$ 43 109 364	1 168	\$ 28 548 552	784	\$ 1 195 082	27
Antracitas sin aglomerar	\$ 16 091 193	176 437	\$ 20 588 368	187 805	\$ 3 562 708	36 302
Arándanos frescos	\$ 7 601 653	1 109	\$ 17 587 492	2 584	\$ 4 658 840	569
Concentrado de plomo	\$ -	-	\$ 16 637 158	1 392	\$ 1 257 594	119
Estaño sin alear	\$ 29 321 877	925	\$ 16 430 922	445	\$ 19 296 782	375
Café sin tostar	\$ 3 525 510	611	\$ 14 219 939	1 853	\$ 1 699 998	206
Concentrado de plata	\$ 135 582	219	\$ 12 969 548	19 540	\$ 59 891 958	66 472
Fosfatos de calcio naturales	\$ 14 221 922	135 300	\$ 12 656 209	147 263	\$ 13 897 538	160 108
Concentrado de oro	\$ 1 202 184	3 850	\$ 10 992 770	4 691	\$ 8 590 412	9 930
Uvas frescas	\$ 8 588 018	3 673	\$ 9 767 213	4 110	\$ 278 077	53
Carmin de cochinilla	\$ 3 239 974	22	\$ 8 118 438	27	\$ 3 570 886	17
Pota	\$ 5 116 992	2 395	\$ 6 629 227	2 372	\$ 4 057 196	2 450
Paltas frescas	\$ 1 531 618	1 109	\$ 6 420 435	4 227	\$ 8 346 704	4 978
Demás Productos	\$ 124 914 456	79 868	\$ 117 414 636	102 834	\$ 57 997 949	24 723
TOTAL	\$ 843 546 711	495 485	\$ 975 877 662	586 227	\$ 588 670 094	429 980

Fuente: SUNAT
 Elaboración: IDEXCAM
 (*) Actualizado hasta junio

Entre 2024 y 2025, el valor exportado por Perú hacia los países musulmanes creció 15,69%, al pasar de US\$ 843 millones a US\$ 975 millones, acompañado por un incremento de 18,31% en el volumen exportado (de 495 mil a 586 mil toneladas). En tanto, los registros acumulados a junio de 2026 alcanzan US\$ 588 millones y 430 mil toneladas. La estructura de la oferta exportable mostró una alta concentración en el sector minero y un comportamiento mixto en la canasta agropecuaria y pesquera.

Dentro de los minerales metálicos, el concentrado de cobre consolidó una trayectoria fuertemente expansiva. En 2025, sus ventas ascendieron a US\$ 154 millones (un alza interanual de 104,82%), y para 2026 se posicionaron como el principal producto exportado con US\$ 317 millones (105 mil toneladas), representando el 53,92% del valor total registrado en ese ciclo. De forma similar, el concentrado de plata creció al pasar de US\$ 135 mil en 2024 a US\$ 13 millones en 2025, alcanzando US\$ 59 millones en 2026. Por su parte, el oro en bruto se mantuvo como la línea de producto líder en 2025 con US\$ 284 millones (29,12% del total regional), tras registrar US\$ 209 millones en 2024, mientras que el zinc en bruto mostró un repunte significativo en 2025 al sumar US\$ 64 millones (frente a US\$ 23 millones en el año base).

En el sector agroexportador, las paltas frescas mantuvieron un crecimiento constante durante todo el periodo, al pasar de US\$ 1,5 millones en el 2024 a US\$ 6 millones en 2025 (+320,50%) y alcanzar US\$ 8 millones en el primer semestre de 2026. En sentido inverso, el cacao en grano sufrió un retroceso de 37,13% en valor durante 2025 (US\$ 173 millones frente a US\$ 276 millones en 2024), reduciendo su volumen de 37 mil a 24 mil toneladas, y registrando US\$ 30 millones en el primer semestre de 2026. Por su parte, los arándanos frescos y el café sin tostar tuvieron un repunte destacado en 2025 —alcanzando US\$ 17 millones y US\$ 14 millones, respectivamente—, antes de normalizar su ritmo en el siguiente ciclo.

En los rubros pesquero e industrial, la pota presentó un desempeño estable en el volumen de embarque (alrededor de 2,4 mil toneladas anuales), generando US\$ 6,6 millones en 2025 y US\$ 4,1 millones entre enero y junio de 2026. Asimismo, los fosfatos de calcio se caracterizaron por un flujo continuo y de alto volumen (superando las 135 mil toneladas anuales), con valores de US\$ 14,2 millones en 2024, US\$ 12,7 millones en 2025 y US\$ 13,9 millones en 2026. Finalmente, la partida de demás productos aportó US\$ 117,4 millones en 2025 y US\$ 58,0 millones en 2026, lo que refleja una base exportable diversificada más allá de los principales commodities mineros y agrícolas.



Tabla 3: Exportaciones peruanas hacia países musulmanes. Periodo 2024 – 2026

PAÍSES	AÑO 2024		AÑO 2025		AÑO 2026*	
	FOB	TONELADAS	FOB	TONELADAS	FOB	TONELADAS
Malasia	\$ 310 019 107	48 895	\$ 387 867 088	71 687	\$ 92 372 648	16 240
Turquía	\$ 260 037 401	187 509	\$ 348 248 811	177 614	\$ 418 558 273	247 278
Indonesia	\$ 190 496 054	220 154	\$ 116 829 121	273 755	\$ 31 000 135	146 404
Marruecos	\$ 21 882 255	19 698	\$ 25 840 767	14 675	\$ 1 774 462	913
Arabia Saudita	\$ 12 652 037	6 077	\$ 22 203 446	27 804	\$ 16 092 956	10 276
Egipto	\$ 17 101 245	4 755	\$ 21 187 415	6 007	\$ 9 388 639	2 668
Senegal	\$ 1 977 609	347	\$ 12 635 042	1 772	\$ 1 721 057	256
Argelia	\$ 7 389 434	1 304	\$ 10 375 619	992	\$ 6 278 597	1 158
Bangladesh	\$ 4 507 154	1 214	\$ 5 960 174	1 237	\$ 1 829 432	251
Jordania	\$ 4 457 928	106	\$ 4 535 321	100	\$ 322 703	4
Mauritania	\$ 543 065	349	\$ 3 282 409	2 453	\$ 831 196	620
Pakistán	\$ 201 156	166	\$ 2 764 034	2 125	\$ 1 124 659	858
Túnez	\$ 499 681	207	\$ 1 753 694	1 042	\$ 81 900	47
Gambia	\$ 3 649 732	3 146	\$ 1 708 857	939	\$ 976 058	392
Irán	\$ -	-	\$ 1 658 941	1 223	\$ -	-
Malí	\$ 1 090 958	290	\$ 1 526 563	381	\$ 291 743	85
Albania	\$ 477 569	198	\$ 1 448 140	909	\$ 1 980 944	1 334
Maldivas	\$ 560 641	53	\$ 802 804	186	\$ 119 941	18
Libia	\$ 696 484	344	\$ 800 450	524	\$ 462 439	128
Kazajistán	\$ 602 887	236	\$ 747 905	254	\$ 240 761	47
Kuwait	\$ 480 798	75	\$ 692 137	113	\$ 109 965	20
Baréin	\$ 822 422	19	\$ 642 742	31	\$ 787 968	8
Siria	\$ 297 386	58	\$ 608 434	152	\$ 916 529	565
Omán	\$ 245 728	125	\$ 526 432	162	\$ 330 651	46
Qatar	\$ 2 116 668	18	\$ 506 199	5	\$ 16 381	0
Iraq	\$ 2 504	0	\$ 294 540	12	\$ 410 885	8
Kirguistán	\$ 203 913	2	\$ 163 919	1	\$ 48 349	1
Burkina Faso	\$ 186 694	24	\$ 105 285	14	\$ 130 393	14
Uzbekistán	\$ -	-	\$ 92 400	55	\$ 469 140	343
Sierra Leona	\$ 189 810	3	\$ 63 804	2	\$ -	-
Yemen	\$ -	-	\$ 5 013	1	\$ 1 289	0
Chad	\$ -	-	\$ 155	0	\$ -	-
Brunei	\$ 18 769	11	\$ -	-	\$ -	-
Guinea-Bisáu	\$ 132 284	103	\$ -	-	\$ -	-
Azerbaiyán	\$ 7 336	0	\$ -	-	\$ -	-
TOTAL	\$ 843 546 711	495 485	\$ 975 877 662	586 227	\$ 588 670 094	429 980

Fuente: SUNAT
Elaboración: IDEXCAM
(*) Actualizado hasta junio

Entre 2024 y 2025, las exportaciones peruanas hacia los países musulmanes promediaron US\$ 909 millones anuales, lo que evidencia la relevancia comercial de estos mercados pese a la distancia geográfica. Turquía concentró aproximadamente el 40% de los envíos y se posicionó como el principal destino. En 2025, las exportaciones alcanzaron US\$ 387 millones; sin embargo, entre enero y junio de 2026 sumaron US\$ 92 millones. Una extrapolación lineal del resultado semestral sugiere un cierre inferior al de 2025, aunque esta estimación debe interpretarse con cautela porque no incorpora la estacionalidad de los embarques ni eventuales variaciones de precios. La canasta exportadora estuvo compuesta principalmente por oro en bruto, zinc en bruto, estaño sin



alear, cacao en grano y antracita, combinación que revela una elevada exposición a productos primarios y a las fluctuaciones de sus cotizaciones internacionales.

Malasia ocupó el segundo lugar, con una participación cercana al 36%. Durante 2024 y 2025, las exportaciones peruanas hacia ese mercado promediaron US\$ 304 millones anuales. Entre enero y junio de 2026 alcanzaron US\$ 418 millones, monto que ya superó en aproximadamente 20% el valor registrado durante todo 2025. Este resultado muestra una aceleración significativa de los envíos; no obstante, una previsión para el cierre anual requiere considerar la frecuencia de los embarques, la estacionalidad y la evolución de los precios de los minerales. La composición exportadora — concentrados de cobre, plomo, plata y oro, además de cacao en grano— indica que el crecimiento depende principalmente de productos mineros y agrícolas de escasa transformación, por lo que el desempeño puede estar influido tanto por mayores volúmenes como por mejores cotizaciones internacionales.

Indonesia se ubicó en el tercer lugar, con una participación aproximada del 12%. En 2024 y 2025, las exportaciones peruanas hacia este destino promediaron US\$ 153 millones anuales; en cambio, entre enero y junio de 2026 alcanzaron US\$ 31 millones. Aun si el valor semestral se duplicara para estimar el cierre anual, el resultado permanecería muy por debajo del promedio de los dos años anteriores, lo que apunta a una contracción relevante. La canasta exportadora —cacao en grano, antracita, fosfatos de calcio naturales y uvas frescas— combina productos mineros y agropecuarios, por lo que la reducción podría responder a cambios en volúmenes, precios o demanda; la información disponible no permite atribuirla a una sola causa.

Turquía, Malasia e Indonesia concentraron conjuntamente el 87% de las exportaciones peruanas hacia los países musulmanes. Esta estructura evidencia una elevada dependencia de tres mercados y aumenta la exposición del desempeño agregado a cambios en su demanda, sus condiciones de acceso o los precios de los principales productos enviados. Al mismo tiempo, la participación reducida del resto de destinos revela un margen considerable para diversificar mercados y disminuir la vulnerabilidad comercial.

IMPORTACIONES PERUANAS DESDE PAÍSES MUSULMANES

Tabla 4: Importaciones peruanas desde países musulmanes. Periodo 2024 – 2026

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2024		AÑO 2025		AÑO 2026	
	FOB	VOLUMEN	FOB	VOLUMEN	FOB	VOLUMEN
Vehículos ensamblados con motor de émbolo o pistón alternativo	\$ 149 786 848	14 058	\$ 187 361 189	18 103	\$ 142 248 669	14 241
Calzado de tenis, entrenamiento y calzados similares	\$ 34 447 930	1 186	\$ 43 869 340	1 505	\$ 17 453 485	574
Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico	\$ 35 807 143	1 393	\$ 42 945 854	1 707	\$ 16 309 262	647
Fosfatos de calcio naturales	\$ 40 223 094	211 079	\$ 41 753 764	216 126	\$ 16 971 652	86 904
Barras de hierro o acero sin alear	\$ 51 188 052	73 281	\$ 37 250 948	57 850	\$ 84 163 541	128 358
Preparaciones a base de extractos, esencias de café	\$ 21 436 001	1 344	\$ 28 775 518	1 624	\$ 19 999 296	1 094
Nitrato de amonio, incluso en disolución acuosa	\$ 7 081 371	14 937	\$ 21 401 492	44 794	\$ 7 946 400	15 000
Calzado con suela de caucho y parte superior de cuero natural	\$ 9 228 783	332	\$ 18 437 514	713	\$ 7 841 955	313
Fosfato diamónico	\$ 14 341 341	24 712	\$ 16 565 226	25 128	\$ 27 014 737	28 978
Urea (calidad fertilizante)	\$ 21 463 202	55 473	\$ 16 286 581	42 386	\$ 44 947	41
Pantalones de algodón para mujer o niña	\$ 13 848 279	688	\$ 15 905 847	814	\$ 7 473 629	405
Perfiles de hierro o de acero sin alear, en "L"	\$ 18 347 446	26 095	\$ 15 626 328	22 574	\$ 11 454 291	16 799
Polipropileno	\$ 21 097 806	18 273	\$ 14 008 722	12 917	\$ 12 987 418	12 984
Grasas y aceites, vegetales y sus fracciones	\$ 7 725 602	3 921	\$ 13 545 604	5 436	\$ 5 987 416	2
Fórmulas no lácteas para niños de hasta 12 meses de edad	\$ 10 314 141	1 348	\$ 13 332 554	1 500	\$ 12 582 568	1 046
T-shirt de algodón para hombres o mujeres	\$ 10 055 284	374	\$ 12 663 785	485	\$ 3 645 045	146
Impresoras	\$ 5 427 032	286	\$ 12 528 714	592	\$ 2 187 948	88
Aceite de palma y sus fracciones	\$ 40 875 138	33 539	\$ 12 124 160	8 951	\$ 34 326 807	26 718
Demás Productos	\$ 823 311 258	475 780	\$ 901 442 672	357 531	\$ 464 443 641	173 233
TOTAL	\$ 1 380 112 431	1 016 443	\$ 1 481 675 268	833 792	\$ 895 082 709	507 561

Fuente: SUNAT
Elaboración: IDEXCAM
(*) Actualizado hasta junio

Entre 2024 y 2025, el valor de las importaciones peruanas desde países musulmanes creció 7,36%, al pasar de US\$ 1 380 millones a US\$ 1 482 millones, a pesar de una reducción de 17,97% en el volumen total (de 1 016 mil toneladas a 833 mil toneladas). Para los registros acumulados a junio de 2026, las importaciones alcanzaron US\$ 895 millones y 507 mil toneladas, reflejando una contracción interanual de 26,58% en valor. Las líneas de producto más importadas han sido vehículos de transporte, preparaciones de café, insumos siderúrgicos, fertilizantes y calzado.

El sector automotor se consolidó como el rubro individual de mayor valor dentro de las líneas especificadas. Las importaciones de vehículos ensamblados con motor de émbolo crecieron 25,08% en 2025, sumando US\$ 187,4 millones (18 mil toneladas) frente a los US\$ 149,8 millones de 2024. A junio de 2026, esta línea de producto se mantuvo en niveles elevados al registrar US\$ 178,5 millones (14 mil toneladas), representando el 16,41% del valor total importado en ese ciclo. De forma paralela, los insumos para la construcción y la industria pesada mostraron una marcada dinámica de recuperación: tras caer a US\$ 37,3 millones en 2025, las barras de hierro o acero sin alear repuntaron en el primer semestre de 2026 y alcanzaron US\$ 84 millones (128 mil toneladas), mientras que los perfiles de hierro en "L" se situaron en US\$ 11 millones.

En el rubro de agroinsumos y fertilizantes, la oferta mostró una reestructuración de sus componentes. Los fosfatos de calcio naturales mantuvieron un flujo masivo en volumen (superando las 200 mil toneladas anuales en 2024 y 2025) y valores de US\$ 40,2 millones en 2024 y US\$ 41,8 millones en 2025, ajustándose a US\$ 24,0 millones a 2026. Por su parte, el fosfato diamónico mostró una expansión continua al pasar de US\$ 14,3 millones en 2024 a US\$ 16,6 millones en 2025, escalando a US\$ 27,0 millones en 2026 (29 mil toneladas). En sentido opuesto, la urea pasó de registrar US\$ 16,3 millones en 2025 a niveles marginales a 2026 (US\$ 128,4 mil).

Dentro de los bienes de consumo, el calzado en sus distintas presentaciones (deportivo, de caucho/plástico y de cuero) sumó en conjunto US\$ 105,3 millones en 2025 y US\$ 50,2 millones a 2026. Asimismo, las preparaciones a base de extractos o esencias de café registraron un salto destacado al alcanzar US\$ 97,9 millones a 2026, mientras que las fórmulas no lácteas infantiles mantuvieron un crecimiento constante durante todo el periodo, registrando US\$ 10,3 millones en 2024, US\$ 13,3 millones en 2025 y US\$ 13,8 millones a 2026. En los materiales plásticos, el polipropileno repuntó en el primer semestre de 2026 al registrar US\$ 14,8 millones (14 mil toneladas), tras haber descendido a US\$ 14 millones en 2025. Finalmente, la categoría de demás productos explicó la mayor parte de las importaciones (US\$ 506 millones a 2026), reflejando la alta dispersión de manufacturas e insumos secundarios en la canasta importadora desde este bloque.



Tabla 5: Importaciones peruanas desde países musulmanes. Periodo 2024 - 2026

PAÍSES	AÑO 2024		AÑO 2025		AÑO 2026*	
	FOB	VOLUMEN	FOB	VOLUMEN	FOB	VOLUMEN
Indonesia	\$ 507 727 178	228 618	\$ 575 530 370	139 931	\$ 349 525 114	84 949
Turquía	\$ 317 357 831	271 134	\$ 297 952 534	191 126	\$ 233 108 152	210 262
Malasia	\$ 217 664 365	128 129	\$ 237 641 133	89 408	\$ 140 778 555	22 635
Bangladesh	\$ 104 554 014	6 190	\$ 118 988 305	7 405	\$ 51 582 429	3 237
Marruecos	\$ 54 653 125	215 757	\$ 75 967 456	251 411	\$ 23 081 368	88 621
Arabia Saudita	\$ 67 996 688	58 829	\$ 50 024 724	33 766	\$ 45 307 173	46 690
Pakistán	\$ 35 288 258	3 916	\$ 45 253 559	4 914	\$ 18 441 674	2 100
Egipto	\$ 26 092 345	38 640	\$ 26 215 308	45 562	\$ 12 648 126	25 628
Kazajistán	\$ 10 065 280	27 802	\$ 24 776 681	51 321	\$ 9 056 615	16 073
Túnez	\$ 6 348 480	1 870	\$ 6 509 982	1 989	\$ 3 228 122	1 005
Omán	\$ 3 362 907	1 434	\$ 6 438 336	3 886	\$ 1 955 204	1 159
Uzbekistán	\$ 8 087 749	4 558	\$ 4 736 408	5 009	\$ 1 579 033	2 131
Jordania	\$ 3 467 582	1 890	\$ 3 089 135	289	\$ 1 206 312	30
Qatar	\$ 6 549 281	5 480	\$ 2 475 536	1 956	\$ 830 514	250
Baréin	\$ 923 440	320	\$ 1 495 308	467	\$ 855 240	241
Iraq	\$ 524 121	959	\$ 1 248 965	2 288	\$ -	-
Senegal	\$ 2 360	0	\$ 929 040	561	\$ 76 600	52
Irán	\$ 1 234 575	167	\$ 674 920	144	\$ 171 844	180
Albania	\$ 507 737	37	\$ 658 596	39	\$ 192 020	30
Argelia	\$ 1 847 583	8 395	\$ 414 101	2 192	\$ 11 963	1
Afganistán	\$ 89 297	3	\$ 240 815	43	\$ 23 273	1
Brunei	\$ 4 652 124	11 954	\$ 123 010	36	\$ 1	0
Yemen	\$ -	-	\$ 81 937	11	\$ -	-
Sierra Leona	\$ 130 048	2	\$ 51 804	3	\$ 34 979	2
Comoras	\$ 249 336	26	\$ 41 761	2	\$ 14 664	1
Sudán	\$ 186	0	\$ 41 137	5	\$ 8 560	0
Kuwait	\$ 280 285	287	\$ 40 407	24	\$ -	-
Siria	\$ 5 996	0	\$ 10 022	2	\$ 8 062	0
Gambia	\$ 271 178	40	\$ 5 655	0	\$ 139	0
Burkina Faso	\$ 5 172	0	\$ 4 922	0	\$ 79	0
Níger	\$ 2 676	0	\$ 4 584	0	\$ 15 177	0
Chad	\$ 1 494	0	\$ 4 446	0	\$ -	-
Somalia	\$ -	-	\$ 1 517	0	\$ -	-
Turkmenistán	\$ 243	0	\$ 1 164	0	\$ 1 266 516	2 260
Malí	\$ 38 499	1	\$ 796	0	\$ 36 888	1
Kirguistán	\$ 844	0	\$ 574	0	\$ -	-
Azerbaiyán	\$ 1	0	\$ 190	0	\$ 36 915	21
Maldivas	\$ 2 379	0	\$ 120	0	\$ 21	0
Mauritania	\$ 6 299	0	\$ 5	0	\$ 1 378	0
Libia	\$ -	-	\$ 2	0	\$ -	-
Tayikistán	\$ 121 476	4	\$ -	-	\$ -	-
TOTAL	\$1 380 112 431	1 016 443	\$1 481 675 268	833 792	\$ 895 082 709	507 561

Fuente: SUNAT
 Elaboración: IDEXCAM
 (*) Actualizado hasta junio

Las importaciones peruanas procedentes de países musulmanes mantuvieron una marcada concentración en tres orígenes. Indonesia, Turquía y Malasia representaron conjuntamente el 76,99% del total en 2024, el 75,00% en 2025 y el 79,82% en el acumulado de 2026. Aunque esta participación disminuyó ligeramente en 2025, volvió a incrementarse en el periodo parcial siguiente y superó el nivel de 2024. En consecuencia, la estructura de abastecimiento continúa escasamente diversificada y el predominio de estos tres proveedores permanece prácticamente inalterado.

Indonesia se afianzó como el principal proveedor dentro del bloque. En 2025, las importaciones sumaron US\$ 575 millones, equivalentes a cerca del 39% del total, y aumentaron 13,35% frente a 2024. En el acumulado de 2026, su participación ascendió a 40,38%, con lo cual conservó el liderazgo. Asimismo, el incremento del valor importado en 2025, pese a que el volumen se redujo 38,79%, apunta a un mayor valor unitario promedio. No obstante, para establecer si esta evolución obedeció al alza de los precios internacionales o a una mayor participación de vehículos, calzado, aceites y grasas de palma y productos electrónicos, se requiere examinar la información desagregada por producto, cantidad y precio.

COMERCIO DE LOS PAÍSES DE LA REGIÓN CON PAÍSES MUSULMANES

BRASIL

MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA

Tabla 6: Principales exportaciones de Brasil hacia países musulmanes de Medio Oriente y Norte de África. Periodo 2023–2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Maíz	\$ 2 314	\$ 3 603	\$ 5 399	49,85%
Azúcar de caña	\$ 2 995	\$ 4 498	\$ 3 577	-20,49%
Trozos y despojos comestibles, de gallo o de gallina	\$ 1 499	\$ 2 126	\$ 2 159	1,57%
Concentrado de hierro sin aglomerar	\$ 2 326	\$ 2 613	\$ 2 049	-21,58%
Gallos y gallinas de especies domésticas, sin trocear, congelados	\$ 1 574	\$ 1 623	\$ 1 326	-18,27%
Demás productos	\$ 10 708	\$ 14 462	\$ 14 510	0,33%
TOTAL	\$ 21 145	\$ 28 138	\$ 25 373	-9,82%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, el valor de las exportaciones de Brasil hacia los países musulmanes de Medio Oriente y norte de África se incrementó en 20%, al pasar de US\$ 21 145 millones a US\$ 25 373 millones. Este avance refleja un fortalecimiento del intercambio comercial brasileño con la región a lo largo del periodo evaluado.

Sin embargo, el desempeño anual fue irregular. En 2024, las importaciones alcanzaron US\$ 28 138 millones, cifra 33,07% superior a la de 2023. Posteriormente, en 2025, el valor exportado retrocedió 9,82%. Esta evolución se produjo en un contexto de variaciones en las cotizaciones internacionales de las materias primas y en la producción de bienes agrícolas relevantes para la oferta exportable brasileña.

El maíz destacó como el principal producto exportado. Su valor creció 55,70% en 2024, hasta alcanzar US\$ 3 603 millones, y volvió a aumentar 49,85% en 2025, cuando llegó a US\$ 5 399 millones. En el conjunto del periodo 2023–2025, los envíos se expandieron 133%, mientras que su participación en las exportaciones dirigidas a esta región se elevó de 10,9% a 21,3%. Estos resultados confirman la creciente relevancia del maíz en la oferta brasileña destinada a dichos mercados.

Por su parte, las exportaciones de azúcar de caña descendieron 20,49% en 2025 y se situaron en US\$ 3 577 millones, luego de registrar US\$ 4 498 millones en 2024. A pesar de esta contracción, el monto de 2025 superó en 19,4% al observado en 2023, cuando alcanzó US\$ 2 995 millones. Con una participación de 14,1% en 2025, el azúcar de caña conservó su posición como el segundo producto individual de mayor valor exportado hacia la región.

Los trozos y despojos de ave mostraron una evolución favorable, con aumentos de 41,83% en 2024 y 1,57% en 2025. En este último año, alcanzaron US\$ 2 159 millones y representaron el 8,5% del total exportado. En cambio, los envíos de aves enteras congeladas disminuyeron 18,27% en 2025, hasta US\$ 1 326 millones, después de mantenerse relativamente estables entre 2023 y 2024. La comparación evidencia un mayor dinamismo de los cortes y trozos frente a las aves enteras congeladas en el mercado analizado.

En cuanto al concentrado de hierro sin aglomerar, el valor exportado se redujo 21,58% en 2025 y se ubicó en US\$ 2 049 millones. Este resultado también fue inferior al de 2023, cuando los envíos sumaron US\$ 2 326 millones, lo que confirma una contracción durante el periodo analizado. No obstante, para identificar los factores que explican esta trayectoria se necesita información complementaria sobre precios internacionales, volúmenes comercializados y condiciones de demanda.



ÁFRICA SUBSAHARIANA

Tabla 7: Principales exportaciones de Brasil hacia países musulmanes de África Subsahariana. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023		AÑO 2024		AÑO 2025		VAR. % 2025-2024
Azúcar de caña o remolacha, químicamente pura	\$	495	\$	500	\$	432	-13,58%
Arroz partido	\$	76	\$	133	\$	117	-12,12%
Trozos y despojos comestibles, de gallo o de gallina	\$	28	\$	49	\$	113	128,85%
Azúcar de caña en estado sólido	\$	75	\$	71	\$	76	7,97%
Gallos y gallinas de especies domésticas, sin trocear, congelados	\$	11	\$	19	\$	35	83,11%
Demás productos	\$	181	\$	161	\$	176	8,93%
TOTAL	\$	867	\$	933	\$	948	1,64%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Brasil hacia los países musulmanes del África Subsahariana registraron un crecimiento acumulado de 9,3%, al pasar de US\$ 867 millones a US\$ 948 millones. Este desempeño confirma una tendencia positiva en los envíos brasileños hacia este grupo de países.

El ritmo de crecimiento anual mostró variaciones significativas. En 2024, el valor exportado alcanzó un avance de 7,61%, superando la dinámica observada en 2025, año en el que las ventas registraron una desaceleración al crecer solo 1,64%. A nivel de la canasta comercial, los resultados reflejan una recomposición de los productos exportados, destacando la pérdida de dinamismo del azúcar frente a un incremento considerable de los productos avícolas adaptados a la demanda regional.

El azúcar de caña o remolacha (químicamente pura) se mantuvo como el principal producto de exportación por valor, representando el 45,6% del total exportado a la región en 2025. Sin embargo, en 2025 sufrió un retroceso de 13,58%, al situarse en US\$ 432 millones luego de alcanzar un pico de US\$ 500 millones en 2024. Este comportamiento redujo su peso en la canasta en comparación con 2023, cuando explicaba el 57,1% de los envíos. Por su parte, el azúcar de caña en estado sólido mostró mayor estabilidad, con un aumento de 7,97% en 2025 (hasta US\$ 76 millones) y una participación sostenida cercana al 8%.

Los productos del sector avícola mostraron la mayor aceleración del periodo. Las exportaciones de trozos y despojos de ave aumentaron 128,85% en 2025, alcanzando US\$ 113 millones frente a los US\$ 49 millones registrados en 2024. Al comparar el resultado de 2025 con el de 2023 (US\$ 28 millones), su valor se multiplicó por cuatro. De forma similar, las aves enteras congeladas registraron un incremento de 83,11% en 2025, sumando US\$ 35 millones y acumulando un crecimiento de 218,2% respecto a los US\$ 11 millones reportados en 2023. La evolución conjunta de ambos rubros confirma el mayor dinamismo de las proteínas con certificación Halal dentro de la oferta exportable destinada a esta región.

ASIA CENTRAL, SUR DE ASIA Y SUDESTE ASIÁTICO

Tabla 8: Principales exportaciones de Brasil hacia países musulmanes de Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Azúcar de caña en estado sólido	\$ 2 478	\$ 3 842	\$ 2 649	-31,06%
Algodón sin cardar ni peinar	\$ 802	\$ 1 190	\$ 1 764	48,20%
Tortas de soya	\$ 2 065	\$ 2 099	\$ 1 683	-19,82%
Concentrado de hierro sin aglomerar	\$ 1 037	\$ 1 167	\$ 1 175	0,71%
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	\$ 553	\$ 563	\$ 1 020	81,00%
Demás productos	\$ 4 322	\$ 3 746	\$ 4 363	16,47%
TOTAL	\$ 11 256	\$ 12 608	\$ 12 654	0,37%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Brasil hacia los países musulmanes de Asia Central, el Sur de Asia y el Sudeste Asiático registraron un crecimiento acumulado de 12,4%, al pasar de US\$ 11 256 millones a US\$ 12 654 millones. Estos resultados confirman una expansión sostenida del intercambio comercial de Brasil con este bloque regional durante el periodo analizado.

La trayectoria anual presentó dos etapas diferenciadas. En 2024, el valor exportado experimentó un repunte significativo de 12,0%, alcanzando los US\$ 12 608 millones. En 2025, el comercio entró en una fase de estabilización al registrar una variación de apenas 0,37%. Esta menor aceleración en el último año estuvo acompañada de una recomposición interna de la oferta exportable brasileña.



El azúcar de caña en estado sólido se mantuvo como el principal producto individual exportado hacia la región por valor. En 2025, registró una disminución de 31,06% y se situó en US\$ 2 649 millones, luego de alcanzar un nivel máximo de US\$ 3 842 millones en 2024. Pese a este ajuste, el producto explicó el 20,9% del total comercializado en 2025. Por su parte, las exportaciones de tortas de soya mantuvieron una tendencia descendente al caer 19,82% en 2025, hasta los US\$ 1 683 millones, lo que redujo su participación en la canasta del 18,3% en 2023 al 13,3% en 2025.

En contraste, el algodón sin cardar ni peinar destacó como el bien agroindustrial con mayor dinamismo. En 2025, sus envíos crecieron 48,20% y alcanzaron US\$ 1 764 millones, acumulando un incremento de 119,9% respecto de los US\$ 802 millones registrados en 2023. Este avance posicionó al algodón como el segundo producto de mayor valor dentro de la canasta exportada a este mercado.

En el sector energético y minero, los aceites crudos de petróleo mostraron el mayor crecimiento relativo de 2025, con una expansión de 81,00% que elevó su valor a US\$ 1 020 millones, prácticamente duplicando lo registrado en 2024 (US\$ 563 millones). Con ello, su cuota en las exportaciones totales pasó de 4,9% en 2023 a 8,1% en 2025. Finalmente, las ventas de concentrado de hierro sin aglomerar mostraron un comportamiento estable, con una variación de 0,71% en 2025 (US\$ 1 175 millones) y una participación constante cercana al 9,3% a lo largo de los tres años.

EUROPA Y EURASIA

Tabla 9: Principales exportaciones de Brasil hacia países musulmanes de Europa y Eurasia. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Habas de soya	\$ 962	\$ 1 065	\$ 767	-28,02%
Animales vivos (excepto los de pura raza para reproducción)	\$ 454	\$ 139	\$ 641	359,87%
Algodón sin cardar ni peinar	\$ 300	\$ 473	\$ 602	27,20%
Café sin tostar ni descafeinar	\$ 292	\$ 325	\$ 578	78,11%
Concentrado de hierro sin aglomerar	\$ 569	\$ 538	\$ 520	-3,42%
Demás productos	\$ 1 635	\$ 1 385	\$ 1 565	12,94%
TOTAL	\$ 4 212	\$ 3 926	\$ 4 672	19,01%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Brasil hacia los países musulmanes de Europa y Eurasia registraron una expansión acumulada de 10,92%, al pasar de US\$ 4 212 millones a US\$ 4 672 millones. A pesar de una caída intermedia en 2024, el periodo cerró con un saldo positivo impulsado por la recuperación del último año.

La dinámica anual reflejó fluctuaciones marcadas. En 2024, el valor exportado se redujo 6,79%, situándose en US\$ 3 926 millones. Sin embargo, en 2025 los envíos experimentaron un repunte significativo de 19,01%, alcanzando el nivel máximo del trienio. Este comportamiento estuvo determinado por fuertes variaciones en la demanda de insumos agrícolas y ganaderos.

Las habas de soya se posicionaron como el principal producto de la canasta comercial durante la mayor parte del trienio, alcanzando su punto más alto en 2024 con US\$ 1 065 millones (frente a US\$ 962 millones en 2023). No obstante, en 2025 sufrieron un retroceso de 28,02%, cayendo a US\$ 767 millones. A pesar de este descenso, el producto representó el 16,42% del total exportado a la región al cierre del periodo.

En contraste, el sector de animales vivos (excepto de pura raza) mostró el comportamiento más dinámico de 2025. Tras registrar una caída pronunciada en 2024 (US\$ 139 millones), las exportaciones de este rubro crecieron 359,87% en 2025, alcanzando US\$ 641 millones y multiplicando por 1,4 su valor respecto de 2023 (US\$ 454 millones). Este avance posicionó al ganado vivo como el segundo rubro de mayor valor exportado en el último año, con una cuota del 13,72%.

Por su parte, los envíos de agroindustria no alimentaria y bebidas mantuvieron una tendencia fuertemente ascendente. Las exportaciones de algodón sin cardar ni peinar crecieron 57,67% en 2024 (US\$ 473 millones) y 27,20% en 2025, alcanzando US\$ 602 millones y duplicando su valor acumulado respecto de 2023 (US\$ 300 millones). De forma similar, el café sin tostar ni descafeinar aceleró su ritmo de crecimiento en 2025 con un alza de 78,11% (hasta US\$ 578 millones), casi duplicando el registro inicial de 2023 (US\$ 292 millones). Ambos productos representaron en conjunto el 25,26% de las exportaciones totales a la región en 2025.



ECUADOR

MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA

Tabla 10: Principales exportaciones de Ecuador hacia países musulmanes de Medio Oriente y Norte de África. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Plátanos frescos o secos	\$ 643	\$ 702	\$ 470	-32,95%
Camarones y langostinos congelados	\$ 57	\$ 78	\$ 107	37,74%
Rosas "flores y capullos" frescas	\$ 20	\$ 19	\$ 27	41,16%
Aceites crudos de petróleo	\$ 0	\$ 0	\$ 7	48 235,71%
Oro en bruto	\$ 470	\$ 138	\$ 6	-95,69%
Demás productos	\$ 31	\$ 42	\$ 42	0,47%
TOTAL	\$ 1 220	\$ 979	\$ 660	-32,59%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Ecuador hacia los países musulmanes de Medio Oriente y norte de África registraron una contracción acumulada de 45,90%, al pasar de US\$ 1 220 millones a US\$ 660 millones. El desempeño del periodo se caracterizó por una tendencia descendente continua, explicada principalmente por la fuerte caída en los envíos de plátanos y oro en bruto.

El ritmo de disminución se profundizó en el último año. En 2024, el valor exportado cayó 19,75%, situándose en US\$ 979 millones. Posteriormente, en 2025, las ventas sufrieron una contracción adicional de 32,59%. Esta evolución refleja una recomposición forzada de la canasta comercial ecuatoriana destinada a esta región.

Los plátanos frescos o secos se mantuvieron como el principal producto individual de exportación durante todo el trienio. Sin embargo, tras alcanzar un nivel de US\$ 702 millones en 2024 (+9,18% frente a 2023), registraron un retroceso de 32,95% en 2025, cayendo a US\$ 470 millones. A pesar de este descenso, el producto representó el 71,21% del valor total exportado a este mercado al cierre de 2025 (frente al 52,70% en 2023), consolidando una alta concentración en la oferta agroexportable.

En contraste, el oro en bruto experimentó la contracción más severa del periodo. Tras registrar US\$ 470 millones en 2023 (explicando el 38,52% del total regional), los envíos cayeron a US\$ 138 millones en 2024 y sufrieron una caída del 95,69% en 2025, situándose en solo US\$ 6 millones. Este comportamiento redujo su peso en la canasta a apenas un 0,91% en 2025.

Por su parte, los sectores acuícola y florícola mostraron una dinámica fuertemente expansiva. Las exportaciones de camarones y langostinos congelados mantuvieron un crecimiento constante, pasando de US\$ 57 millones en 2023 a US\$ 78 millones en 2024, y alcanzando US\$ 107 millones en 2025 (+37,74% interanual), con lo que casi duplicaron su valor inicial. De manera similar, los envíos de rosas frescas crecieron 41,16% en 2025, sumando US\$ 27 millones frente a los US\$ 20 millones observados en 2023. En conjunto, ambos bienes representaron el 20,30% del total exportado a la región en 2025.



ASIA CENTRAL, SUR DE ASIA Y SUDESTE ASIÁTICO

Tabla 11: Principales exportaciones de Ecuador hacia países musulmanes de Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Cacao en grano	\$ 522 484	\$ 769 477	\$ 1 621 936	110,78%
Plátanos frescos o secos	\$ 222 735	\$ 231 943	\$ 140 557	-39,40%
Rosas "flores y capullos" frescas	\$ 40 947	\$ 60 870	\$ 53 561	-12,01%
Camarones y langostinos congelados	\$ 21 066	\$ 19 310	\$ 37 953	96,55%
Desperdicios y desechos de aluminio	\$ 2 959	\$ 2 729	\$ 5 157	88,97%
Demás productos	\$ 31 967	\$ 23 466	\$ 25 716	9,59%
TOTAL	\$ 839 199	\$ 1 105 066	\$ 1 879 723	70,10%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Ecuador hacia los países musulmanes de Asia Central, el Sur de Asia y el Sudeste Asiático registraron una fuerte expansión acumulada de 124,00%, al pasar de US\$ 839,2 mil a US\$ 1 879,7 mil (US\$ 1,88 millones). El intercambio comercial mantuvo un ritmo de crecimiento constante durante todo el trienio, impulsado principalmente por el dinamismo del sector cacaotero.

La evolución anual mostró una aceleración sostenida en el flujo de ventas. En 2024, las exportaciones totales aumentaron 31,68%, alcanzando los US\$ 1 105,1 mil. En 2025, el ritmo de crecimiento se intensificó con un alza interanual de 70,10%, configurando el nivel más alto del periodo analizado y consolidando un cambio importante en la composición de la canasta exportada.

El cacao en grano se consolidó como el motor principal del comercio ecuatoriano hacia este bloque regional. Tras registrar US\$ 522,5 mil en 2023, sus envíos crecieron 47,27% en 2024 (US\$ 769,5 mil) y se dispararon un 110,78% en 2025, alcanzando los US\$ 1 621,9 mil. Con este resultado, el cacao multiplicó por tres su valor de 2023 y pasó a representar el 86,29% del valor total exportado a la región en 2025 (frente al 62,26% observado al inicio del trienio).



En contraste, los plátanos frescos o secos mostraron una pérdida de participación relativa. A pesar de registrar un ligero incremento de 4,13% en 2024 (hasta US\$ 231,9 mil), en 2025 sufrieron un retroceso de 39,40%, situándose en US\$ 140,6 mil. Esta caída redujo su peso en la canasta regional del 26,54% en 2023 al 7,48% al cierre de 2025. Por su parte, las rosas frescas registraron una fase de ajuste en el último año (-12,01%, cayendo a US\$ 53,6 mil) tras el pico alcanzado en 2024 (US\$ 60,9 mil), conservando una cuota de 2,85% en el total exportado.

EUROPA Y EURASIA

Tabla 12: Principales exportaciones de Ecuador hacia países musulmanes de Europa y Eurasia. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Plátanos frescos o secos	\$ 59 102	\$ 59 215	\$ 213 334	260,27%
Cacao en grano	\$ 875	\$ 6 391	\$ 19 510	205,27%
Camarones y langostinos congelados	\$ 7 565	\$ 7 588	\$ 15 544	104,85%
Extractos, esencias y concentrados de café	\$ 2 644	\$ 5 274	\$ 7 074	34,13%
Artículos de madera	\$ 10 700	\$ 6 535	\$ 2 944	-54,95%
Demás productos	\$ 9 494	\$ 16 373	\$ 3 532	-78,43%
TOTAL	\$ 90 380	\$ 101 376	\$ 261 938	158,38%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Ecuador hacia los países musulmanes de Europa y Eurasia registraron un crecimiento acumulado de 189,82%, al pasar de US\$ 90,4 mil a US\$ 261,9 mil (US\$ 261,9 millones). El desempeño del periodo reflejó un marcado dinamismo en el flujo comercial, impulsado por la aceleración de los principales productos agroalimentarios de la canasta exportadora.

El ritmo de crecimiento anual mostró una fuerte aceleración en el último año. En 2024, el valor exportado aumentó 12,17%, situándose en US\$ 101,4 mil. Posteriormente, en 2025, los envíos experimentaron una expansión masiva de 158,38%, impulsada por el comportamiento del sector frutícola y agroindustrial.

Los plátanos frescos o secos se consolidaron como el principal motor de esta expansión comercial. Tras mantener un comportamiento estable entre 2023 (US\$ 59,1 mil) y 2024 (US\$ 59,2 mil), sus exportaciones registraron un incremento de 260,27% en 2025, alcanzando los US\$ 213,3 mil. Con este desempeño, el producto multiplicó por 3,6 su valor inicial y pasó a concentrar el 81,44% del total exportado a la región al cierre del trienio (frente al 65,39% registrado en 2023).

En la misma línea expansiva, el cacao en grano y los camarones congelados mostraron avances sostenidos de tres dígitos. El cacao en grano registró un crecimiento de 205,27% en 2025 (hasta US\$ 19,5 mil), tras el repunte previo observado en 2024 (US\$ 6,4 mil desde US\$ 875 en 2023), multiplicando por 22 su valor acumulado. Por su parte, los camarones y langostinos congelados se duplicaron en el último año con un alza de 104,85% (US\$ 15,5 mil frente a US\$ 7,6 mil en 2024). Asimismo, los extractos, esencias y concentrados de café mantuvieron un crecimiento constante, cerrando 2025 con un avance de 34,13% (US\$ 7,1 mil) y acumulando un incremento de 167,55% respecto de 2023.

CHILE

MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA

Tabla 13: Principales exportaciones de Chile hacia países musulmanes de Medio Oriente y Norte de África. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Concentrado de hierro sin aglomerar	\$ 148	\$ 274	\$ 257	-5,89%
Nueces frescas o secas	\$ 23	\$ 16	\$ 60	270,75%
Manzanas frescas	\$ 28	\$ 37	\$ 43	15,85%
Pino cortado o desenrollado	\$ 42	\$ 54	\$ 36	-32,74%
Uvas frescas o secas	\$ 15	\$ 15	\$ 25	73,67%
Demás productos	\$ 342	\$ 311	\$ 280	-9,87%
TOTAL	\$ 597	\$ 707	\$ 703	-0,55%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Chile hacia los países musulmanes de Medio Oriente y norte de África registraron un crecimiento acumulado de 17,76%, al pasar de US\$ 597 millones a US\$ 703 millones. Este comportamiento estuvo impulsado por el repunte inicial registrado en 2024 y la posterior estabilización de los envíos en el último año.

La evolución anual mostró dos momentos claros. En 2024, el valor exportado creció 18,43%, alcanzando un nivel de US\$ 707 millones. En 2025, el intercambio entró en una fase de leve ajuste (-0,55%), manteniéndose prácticamente constante en US\$ 703 millones. A lo largo del periodo 2023 - 2025, la canasta comercial chilena hacia este mercado continuó concentrada en productos mineros, frutícolas y madereros.

El concentrado de hierro sin aglomerar se consolidó como el principal producto individual de exportación. Tras registrar un fuerte avance de 85,14% en 2024 (US\$ 274 millones frente a US\$ 148 millones en 2023), mostró una ligera corrección de 5,89% en 2025, situándose en US\$ 257 millones. A pesar de este retroceso puntual, el mineral amplió su peso en las exportaciones totales a la región, pasando del 24,79% en 2023 al 36,56% al cierre de 2025.

En el sector frutícola, las nueces frescas o secas mostraron la aceleración más alta del último año. En 2025, sus ventas crecieron 270,75%, alcanzando US\$ 60 millones y superando los niveles de 2024 (US\$ 16 millones) y 2023 (US\$ 23 millones). Por su parte, las manzanas frescas mantuvieron una trayectoria ascendente constante durante todo el trienio, con aumentos de 32,14% en 2024 (US\$ 37 millones) y 15,85% en 2025 (US\$ 43 millones), acumulando un crecimiento de 53,57% respecto al año base. De forma similar, las Uvas frescas o secas registraron un alza de 73,67% en 2025, sumando US\$ 25 millones y acumulando un incremento de 66,67% en comparación con 2023 (US\$ 15 millones). En conjunto, estos tres productos frutícolas explicaron el 18,21% de las exportaciones a la región en 2025.

En contraste, los envíos del sector forestal sufrieron un retroceso. Las exportaciones de pino cortado o desenrollado cayeron 32,74% en 2025, situándose en US\$ 36 millones tras haber alcanzado un pico de US\$ 54 millones en 2024 (frente a US\$ 42 millones en 2023). Finalmente, el rubro de demás productos mantuvo una tendencia descendente durante el trienio, al registrar reducciones de 9,06% en 2024 (US\$ 311 millones) y de 9,87% en 2025 (US\$ 280 millones), cediendo participación dentro del total exportado.

ÁFRICA SUBSAHARIANA

Tabla 14: Principales exportaciones de Chile hacia países musulmanes de África Subsahariana. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Bolas para molinos de hierro o acero	\$ -	\$ 6	\$ 2	-60,58%
Caballa congelada	\$ 12	\$ 31	\$ 1	-96,73%
Semillas de hortalizas para siembra	\$ 1	\$ 1	\$ 1	-40,30%
Jurel congelado	\$ 0,2	\$ 0,1	\$ 1	322,95%
Partes de máquinas de sondeo o perforación	\$ 0,1	\$ 0,1	\$ 0,1	43,56%
Demás productos	\$ 3	\$ 2	\$ 1	-23,43%
TOTAL	\$ 16	\$ 40	\$ 6	-85,04%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Chile hacia los países musulmanes del África Subsahariana registraron una contracción acumulada de 62,50%, al pasar de US\$ 16 millones a US\$ 6 millones. El comportamiento del trienio estuvo marcado por una alta volatilidad, alcanzando un máximo puntual en 2024 para luego sufrir un severo retroceso al cierre del periodo.

La trayectoria anual mostró fluctuaciones extremas en los montos comerciados. En 2024, el valor exportado se incrementó un 150,00%, alcanzando los US\$ 40 millones impulsado por envíos extraordinarios del sector pesquero. Sin embargo, en 2025 las ventas sufrieron una contracción del 85,04%, situándose en su nivel más bajo del periodo analizado debido a la caída en la demanda de sus principales rubros.

La caballa congelada determinó en gran medida la dinámica del comercio bilateral. Tras registrar US\$ 12 millones en 2023, sus envíos se expandieron hasta los US\$ 31 millones en 2024, representando el 77,50% del total exportado a la región en ese año. No obstante, en 2025 el producto sufrió una caída del 96,73%, reduciendo su valor a solo US\$ 1 millón y perdiendo su posición dominante en la canasta.





En el sector industrial y minero, las bolas para molinos de hierro o acero ingresaron a la canasta comercial en 2024 con US\$ 6 millones, pero registraron una contracción de 60,58% en 2025, situándose en US\$ 2 millones. Pese a este descenso, se posicionaron como el principal producto individual por valor en el último año, concentrando un tercio del total exportado hacia este mercado.

Por su parte, las partidas de menor escala mostraron comportamientos diversos. Las exportaciones de jurel congelado registraron un aumento de 322,95% en 2025, alcanzando US\$ 1 millón frente a los niveles marginales observados en 2023 y 2024 (US\$ 0,2 y US\$ 0,1 millones, respectivamente). En contraste, las semillas de hortalizas para siembra cayeron 40,30% en 2025 (situándose en US\$ 1 millón), mientras que las partes de máquinas de sondeo o perforación crecieron 43,56% (US\$ 0,1 millones). Finalmente, el rubro de demás productos cerró el trienio en desaceleración progresiva, cayendo a US\$ 1 millón en 2025 (-23,43%).

ASIA CENTRAL, SUR DE ASIA Y SUDESTE ASIÁTICO

Tabla 15: Principales exportaciones de Chile hacia países musulmanes de Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Concentrado de cobre	\$ 0,1	\$ 53	\$ 103	94,22%
Cátodos de cobre	\$ 293	\$ 117	\$ 61	-48,08%
Salmones congelados	\$ 34	\$ 28	\$ 52	86,02%
Pasta química de madera semiblanqueada	\$ 26	\$ 23	\$ 35	52,63%
Medicamentos con fines terapéuticos o profilácticos	\$ 3	\$ 17	\$ 29	74,76%
Demás productos	\$ 222	\$ 265	\$ 269	1,38%
TOTAL	\$ 578	\$ 503	\$ 549	9,10%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Chile hacia los países musulmanes de Asia Central, el Sur de Asia y el Sudeste Asiático registraron una leve contracción acumulada de 5,02%, al pasar de US\$ 578 millones a US\$ 549 millones. A pesar del descenso general del periodo, el intercambio comercial mostró una tendencia de recuperación en el último año, acompañada de un cambio relevante en la composición del sector minero.

La evolución anual reflejó fases opuestas. En 2024, el valor exportado cayó 12,98%, situándose en US\$ 503 millones debido a la fuerte menor demanda de cátodos de

cátodos de cobre. Sin embargo, en 2025 los envíos reaccionaron con un crecimiento interanual de 9,10%, impulsados por la aceleración de los minerales no refinados, los productos acuícolas y los insumos farmacéuticos.

Dentro de la canasta minera se observó un marcado efecto sustitución entre las presentaciones del cobre. El concentrado de cobre pasó de registrar valores marginales en 2023 (US\$ 0,1 millones) a alcanzar US\$ 53 millones en 2024 y dispararse un 94,22% en 2025, situándose en US\$ 103 millones. Con este resultado, se consolidó como el principal producto individual de exportación hacia la región, representando el 18,76% del total al cierre del trienio. En sentido opuesto, los cátodos de cobre mantuvieron una trayectoria descendente constante, al caer de US\$ 293 millones en 2023 a US\$ 117 millones en 2024, y sufrir una caída adicional del 48,08% en 2025 (US\$ 61 millones). Esta dinámica redujo la participación de los cátodos en el total exportado del 50,69% en 2023 al 11,11% en 2025.

Por su parte, los envíos de los sectores no mineros mostraron un dinamismo fuertemente expansivo durante el último año. Las ventas de salmones congelados crecieron 86,02% en 2025, alcanzando US\$ 52 millones y superando los niveles de 2024 (US\$ 28 millones) y 2023 (US\$ 34 millones). De forma similar, las exportaciones de pasta química de madera semiblanqueada se incrementaron 52,63% en 2025, sumando US\$ 35 millones y acumulando un avance de 34,62% respecto al año base.

Asimismo, la industria farmacéutica registró una tendencia fuertemente ascendente durante todo el trienio. Las exportaciones de medicamentos con fines terapéuticos o profilácticos crecieron 74,76% en 2025, situándose en US\$ 29 millones y multiplicando por casi diez su valor de 2023 (US\$ 3 millones). En conjunto, los salmones, la pasta de madera y los medicamentos explicaron el 21,13% de la oferta exportable destinada a esta región en 2025. Finalmente, la categoría de demás productos mantuvo un comportamiento estable y resiliente, con una leve variación de 1,38% en 2025 (US\$ 269 millones) y concentrando el 48,99% del total comercializado.



EUROPA Y EURASIA

Tabla 16: Principales exportaciones de Chile hacia países musulmanes de Europa y Eurasia. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023		AÑO 2024		AÑO 2025		VAR. % 2025-2024
Nueces frescas o secas	\$	51	\$	21	\$	49	129,63%
Aceites de pescado	\$	46	\$	23	\$	26	15,45%
Nitratos de potasio	\$	23	\$	17	\$	18	11,60%
Semillas de hortalizas para siembra	\$	7	\$	9	\$	12	33,48%
Ciruelas secas	\$	8	\$	11	\$	9	-19,70%
Demás productos	\$	83	\$	44	\$	51	16,63%
TOTAL	\$	217	\$	124	\$	166	33,09%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Chile hacia los países musulmanes de Europa y Eurasia registraron una caída acumulada de 23,50%, al pasar de US\$ 217 millones a US\$ 166 millones. A pesar de este descenso en el balance del trienio, el flujo comercial mostró una clara señal de recuperación en el último año tras una fuerte contracción inicial.

La trayectoria anual reflejó dos fases distintas. En 2024, el valor exportado cayó 42,86%, descendiendo hasta los US\$ 124 millones por un ajuste generalizado en casi todas las partidas. Sin embargo, en 2025 las ventas rebotaron con un crecimiento interanual de 33,09%, impulsadas principalmente por la reactivación del sector agrofrutícola y el repunte de los insumos pesqueros y químicos.

Las nueces frescas o secas se consolidaron como el principal producto de la canasta agroexportadora hacia esta región. Tras sufrir una contracción de 58,82% en 2024 (US\$ 21 millones frente a US\$ 51 millones en 2023), sus envíos aumentaron 129,63% en 2025, alcanzando US\$ 49 millones. Con este resultado, el producto rozó los niveles del año base y concentró el 29,52% del total exportado al cierre del periodo.

En el sector pesquero e industrial, los aceites de pescado mostraron una tendencia similar de recuperación. Luego de caer un 50,00% en 2024 (US\$ 23 millones), las ventas crecieron 15,45% en 2025, situándose en US\$ 26 millones. Por su parte, los nitratos de potasio mantuvieron un comportamiento estable dentro del rubro químico; tras registrar US\$ 17 millones en 2024 (frente a US\$ 23 millones en 2023), cerraron 2025 con un alza de 11,60%, sumando US\$ 18 millones.

Dentro de los envíos agrícolas de menor escala, las semillas de hortalizas para siembra destacaron por mantener una trayectoria ascendente constante durante todo el trienio, con aumentos de 28,57% en 2024 (US\$ 9 millones) y 33,48% en 2025 (US\$ 12 millones), acumulando un crecimiento de 71,43% respecto a 2023. En contraste, las ciruelas secas retrocedieron 19,70% en 2025, ubicándose en US\$ 9 millones tras el repunte observado en 2024 (US\$ 11 millones). Finalmente, la categoría de demás productos reaccionó con un alza de 16,63% en 2025, alcanzando US\$ 51 millones tras haber registrado US\$ 44 millones en 2024 y US\$ 83 millones en 2023.

COLOMBIA

MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA

Tabla 17: Principales exportaciones de Colombia hacia países musulmanes de Medio Oriente y Norte de África. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Oro en bruto	\$ 359 511	\$ 393 962	\$ 759 062	92,67%
Animales vivos	\$ 217 969	\$ 283 199	\$ 168 976	-40,33%
Hulla sin aglomerar	\$ 193 264	\$ 23 687	\$ 152 685	544,59%
Café sin tostar ni descafeinar	\$ 62 795	\$ 81 652	\$ 131 796	61,41%
Minerales de los metales preciosos y sus concentrados	\$ -	\$ -	\$ 45 551	-----
Demás productos	\$ 228 169	\$ 177 958	\$ 208 783	17,32%
TOTAL	\$ 1 061 708	\$ 960 458	\$ 1 466 853	52,72%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Colombia hacia los países musulmanes de Medio Oriente y norte de África registraron un crecimiento acumulado de 38,16%, al pasar de US\$ 1 061,7 mil a US\$ 1 466,9 mil (US\$ 1,47 millones). El intercambio comercial se caracterizó por un fuerte dinamismo en el último año del trienio, impulsado por el sector minero y los productos agrícolas tradicionales.

La trayectoria anual mostró una clara recuperación tras una contracción intermedia. En 2024, el valor exportado disminuyó 9,54%, situándose en US\$ 960,5 mil. Sin embargo, en 2025 los envíos experimentaron una marcada expansión interanual de 52,72%, alcanzando el nivel más alto del periodo analizado.

El oro en bruto se consolidó como el principal producto individual de exportación por amplio margen. Tras mostrar una tendencia ascendente en 2024 (US\$ 394,0 mil frente a US\$ 359,5 mil en 2023), sus envíos crecieron 92,67% en 2025, alcanzando los US\$ 759,1 mil. Con este resultado, el metal precioso más que duplicó su valor inicial y pasó a explicar el 51,75% del valor total exportado a la región al cierre del trienio. En la misma línea minera, en 2025 se registró la incorporación puntual de minerales de metales preciosos y sus concentrados por US\$ 45,6 mil (3,11% del total regional), tras no reportar envíos en los años previos.

En el sector energético, la hulla sin aglomerar mostró un comportamiento de fuerte volatilidad. Luego de sufrir una severa caída en 2024 (US\$ 23,7 mil frente a US\$ 193,3 mil en 2023), las ventas del mineral rebotaron un 544,59% en 2025, alcanzando US\$ 152,7 mil y concentrando el 10,41% de la oferta comercial destinada a este bloque.



En el ámbito agropecuario, el café sin tostar ni descafeinar mantuvo una trayectoria fuertemente expansiva durante todo el trienio, al registrar alzas de 30,03% en 2024 (US\$ 81,7 mil) y 61,41% en 2025 (US\$ 131,8 mil), acumulando un incremento de 109,88% respecto al año base. En contraste, las exportaciones de animales vivos retrocedieron 40,33% en 2025, situándose en US\$ 169,0 mil luego de haber alcanzado un pico de US\$ 283,2 mil en 2024 (frente a US\$ 218,0 mil en 2023). Finalmente, el rubro de demás productos creció 17,32% en 2025 (US\$ 208,8 mil), recuperándose del ajuste observado en 2024 (US\$ 178,0 mil).

ÁFRICA SUBSAHARIANA

Tabla 18: Principales exportaciones de Colombia hacia países musulmanes de África Subsahariana. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Automóviles de turismo	\$ 10 519	\$ 4 849	\$ 6 449	33%
Aceite de palma en bruto	\$ 51	\$ -	\$ 5 421	-----
Artículos de confitería sin cacao	\$ 1 853	\$ 1 491	\$ 3 753	151,71%
Máquinas y aparatos para la preparación o fabricación industrial de alimentos o bebidas	\$ -	\$ 512	\$ 1 242	142,58%
Partes de máquinas y de aparatos para la preparación o fabricación industrial de alimentos	\$ -	\$ 17	\$ 289	1600%
Demás productos	\$ 10 819	\$ 10 460	\$ 1 578	-84,91%
TOTAL	\$ 23 242	\$ 17 329	\$ 18 732	8,10%

Fuente: TRADEMAP
Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Colombia hacia los países musulmanes del África Subsahariana registraron una contracción acumulada de 19,41%, al pasar de US\$ 23 mil a US\$ 18 mil (US\$ 18,73 millones). No obstante, el flujo comercial mostró una senda de recuperación en el último año del periodo, impulsada por la diversificación de bienes industriales y agroindustriales.

La trayectoria anual reflejó dos etapas diferenciadas. En 2024, el valor exportado cayó 25,44%, situándose en US\$ 17,3 mil debido a una reducción generalizada en las ventas. Posteriormente, en 2025, los envíos experimentaron un repunte interanual de 8,10%, impulsados por la reincorporación de productos oleaginosos y el dinamismo de la manufactura.

Los automóviles de turismo se mantuvieron como el principal producto individual de exportación al cierre del periodo. Tras sufrir una fuerte caída en 2024 (US\$ 4,8 mil frente a US\$ 10,5 mil en 2023), el sector automotor reaccionó con un crecimiento de 33% en 2025, alcanzando los US\$ 6,4 mil y concentrando el 34,43% del valor total exportado a la región.

En el ámbito agroindustrial, destacó la reaparición de las exportaciones de aceite de palma en bruto, que sumaron US\$ 5,4 mil en 2025 tras registrar montos marginales en 2023 y ausencia de envíos en 2024, posicionándose como el segundo producto de mayor peso en la canasta (28,94% del total). Asimismo, los artículos de confitería sin cacao mostraron un crecimiento extraordinario de 151,71% en 2025, alcanzando US\$ 3,8 mil y multiplicando por dos su valor inicial de 2023.



En el sector de bienes de capital, las exportaciones de máquinas y aparatos para la preparación industrial de alimentos o bebidas continuaron su expansión tras su ingreso al mercado en 2024, creciendo un 142,58% en 2025 hasta los US\$ 1,2 mil. De manera similar, las partes de dichas máquinas se dispararon un 1600% en 2025, situándose en US\$ 289 mil. En contraste, la categoría de demás productos experimentó una contracción severa de 84,91% en 2025 (US\$ 1,6 mil frente a US\$ 10,5 mil en 2024), cediendo espacio frente a la mayor especialización de los rubros industriales y alimentarios.

ASIA CENTRAL, SUR DE ASIA Y SUDESTE ASIÁTICO

Tabla 19: Principales exportaciones de Colombia hacia países musulmanes de Asia Central, Sur de Asia y Sudeste Asiático. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Cacao en grano	\$ 411	\$ 16 617	\$ 62 479	275,99%
Café sin tostar ni descafeinar	\$ 23 897	\$ 35 536	\$ 61 454	72,93%
Desperdicios y desechos, de aluminio	\$ 11 729	\$ 18 273	\$ 27 688	51,52%
Hulla bituminosa pero sin aglomerar	\$ 18 027	\$ 1 690	\$ 23 147	1269,64%
Minerales de los metales preciosos y sus concentrados	\$ 3 535	\$ 2 160	\$ 18 453	754,31%
Demás productos	\$ 330 184	\$ 79 149	\$ 71 743	-9,36%
TOTAL	\$ 387 783	\$ 153 425	\$ 264 964	72,70%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Colombia hacia los países musulmanes de Asia Central, el Sur de Asia y el Sudeste Asiático registraron una caída acumulada de 31,67%, al pasar de US\$ 387,8 mil a US\$ 265,0 mil (US\$ 264,96 millones). Sin embargo, tras una fuerte reducción en el primer año, el intercambio comercial mostró una marcada reactivación al cierre del trienio, impulsada por la dinamización del sector agrícola y el repunte de los productos mineros e industriales.

La evolución anual reflejó dos etapas contrastantes. En 2024, el valor exportado sufrió una severa contracción de 60,44%, descendiendo a US\$ 153,4 mil debido al drástico repliegue de la partida de demás productos. No obstante, en 2025 las ventas reaccionaron con una expansión de 72,70%, sustentada en el crecimiento de los bienes agrícolas no tradicionales y la recuperación del sector extractivo.

El cacao en grano protagonizó el comportamiento más dinámico de la canasta exportadora. Tras pasar de niveles marginales en 2023 (US\$ 411) a US\$ 16,6 mil en 2024, sus envíos se dispararon un 275,99% en 2025, alcanzando los US\$ 62,5 mil. Con este desempeño, el cacao se posicionó como el principal producto individual de exportación al cierre del periodo, concentrando el 23,58% del total destinado a esta región.

En la misma línea agrícola, el café sin tostar ni descafeinar mantuvo una trayectoria ascendente constante durante todo el trienio, al registrar alzas de 48,70% en 2024 (US\$ 35,5 mil) y 72,93% en 2025 (US\$ 61,5 mil), acumulando un crecimiento de 157,16% respecto al año base y consolidándose como el segundo pilar de la oferta exportable (23,19% del total).





Por su parte, el sector extractivo y de materiales mostró un notable repunte en 2025 tras un periodo de desaceleración. Las ventas de desperdicios y desechos de aluminio mantuvieron un crecimiento continuo, cerrando 2025 con un alza de 51,52% (US\$ 27,7 mil) y duplicando su valor de 2023. Asimismo, la hulla bituminosa sin aglomerar rebotó un 1269,64% en 2025 (US\$ 23,1 mil) tras la abrupta caída sufrida en 2024, mientras que los minerales de metales preciosos y sus concentrados aumentaron un 754,31%, alcanzando US\$ 18,5 mil. En conjunto, el aluminio, el carbón y los minerales preciosos explicaron el 26,15% de los envíos en 2025.

Finalmente, la categoría de demás productos continuó en trayectoria descendente al retroceder 9,36% en 2025 (US\$ 71,7 mil), alejándose significativamente de los US\$ 330,2 mil reportados en 2023. Esta redistribución redujo la dispersión del comercio y concentró las ventas en los rubros agrícolas y minero-industriales de mayor dinamismo.

EUROPA Y EURASIA

Tabla 20: Principales exportaciones de Colombia hacia países musulmanes de Europa y Eurasia. Periodo 2023-2025. Valor expresado en millones.

LÍNEAS DE PRODUCTO	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	VAR. % 2025-2024
Hulla bituminosa pero sin aglomerar	\$ 687 216	\$ 864 915	\$ 426 784	-50,66%
Coques y semicoques de hulla	\$ 116 767	\$ 126 005	\$ 38 530	-69,42%
Café sin tostar ni descafeinar	\$ 17 877	\$ 18 083	\$ 37 816	109,12%
Pasta de cacao sin desgrasar	\$ -	\$ -	\$ 4 205	-----
Negros de humo y otras formas de carbono	\$ 889	\$ 658	\$ 2 478	276,60%
Demás productos	\$ 27 271	\$ 33 946	\$ 17 122	-49,56%
TOTAL	\$ 850 020	\$ 1 043 607	\$ 526 935	-49,51%

Fuente: TRADEMAP
 Elaboración: IDEXCAM

Entre 2023 y 2025, las exportaciones de Colombia hacia los países musulmanes de Europa y Eurasia registraron una caída acumulada de 38,01%, al pasar de US\$ 850,0 mil a US\$ 526,9 mil (US\$ 526,94 millones). El comportamiento del intercambio estuvo marcado por un fuerte retroceso en el último año, ocasionado principalmente por la desaceleración del sector energético y minero.

La dinámica anual mostró dos fases claras. En 2024, el valor exportado creció un 22,77%, alcanzando un pico de US\$ 1 043,6 mil (US\$ 1,04 mil millones) impulsado por las altas ventas de combustibles. Sin embargo, en 2025 los envíos sufrieron una contracción de 49,51%, ubicándose en su nivel más bajo del trienio analizado.

La hulla bituminosa sin aglomerar se mantuvo como el principal producto de la canasta comercial por su alto volumen. Tras incrementarse en 2024 (US\$ 864,9 mil frente a US\$ 687,2 mil en 2023), sus ventas cayeron 50,66% en 2025, situándose en US\$ 426,8 mil. A pesar de este descenso, el carbón continuó representando el pilar de los envíos hacia esta región, concentrando el 81,00% del total exportado al cierre del periodo.

Siguiendo esta misma tendencia descendente, los coques y semicoques de hulla mostraron una reducción severa al cierre del trienio. Luego de alcanzar US\$ 126,0 mil en 2024 (frente a US\$ 116,8 mil en 2023), registraron un ajuste de -69,42% en 2025, disminuyendo a US\$ 38,5 mil y perdiendo participación dentro del sector energético.

En contraste, el rubro agrícola y sus derivados mostraron un dinamismo fuertemente expansivo. Las exportaciones de café sin tostar ni descafeinar crecieron 109,12% en 2025, alcanzando US\$ 37,8 mil y más que duplicando los valores observados en 2023 y 2024 (US\$ 17,9 y US\$ 18,1 mil, respectivamente). Asimismo, en 2025 se registró la incorporación puntual de la pasta de cacao sin desgrasar por un valor de US\$ 4,2 mil (0,80% del total regional), tras no reportar ventas en los años previos.

Por su parte, en el sector químico-industrial, los negros de humo y otras formas de carbono aumentaron un 276,60% en 2025, sumando US\$ 2,5 mil frente a los US\$ 658 registrados en 2024. Finalmente, la categoría de demás productos retrocedió 49,56% en el último año, ubicándose en US\$ 17,1 mil tras haber alcanzado US\$ 33,9 mil en 2024 y US\$ 27,3 mil en 2023.



CERTIFICACIÓN HALAL

La certificación Halal es un marco normativo, ético y técnico que garantiza que un producto, proceso o servicio cumple con los preceptos de la Sharia (ley islámica). En el comercio internacional moderno, la certificación Halal ha trascendido la esfera estrictamente religiosa para convertirse en un estándar de calidad, trazabilidad y inocuidad alimentaria, además de ser una exigencia clave de acceso a mercados en crecimiento acelerado.

ALCANCE Y CONCEPTOS CLAVE



El término Halal (árabe: "lícito" o "permitido") se contrapone a Haram ("prohibido"). Para que un producto sea certificado como Halal, debe estar libre de cualquier elemento o sustancia no permitida y no haber entrado en contacto con ellos durante su producción, almacenamiento o transporte.

Principales elementos Haram (Prohibidos):

- Porcinos y derivados: Carne de cerdo, manteca, gelatinas de origen porcino, colágeno y aditivos derivados.
- Sangre y sus subproductos.
- Carne de animales no sacrificados según el rito islámico (Dhabihah) o pertenecientes a especies no permitidas (carnívoros, aves de rapiña, reptiles).
- Alcohol etílico (etanol) y embriagantes: En alimentos, el límite tolerado de alcohol residual por fermentación natural suele ser inferior al 0.5% o 0.1% según el organismo de acreditación.
- Contaminación cruzada: Uso de líneas de procesamiento, contenedores o herramientas que hayan estado en contacto con insumos Haram sin una limpieza ritual y técnica previa.

IMPPLICANCIAS EN LA CADENA DE SUMINISTRO Y LOGÍSTICA

La certificación no solo evalúa la materia prima, sino toda la cadena de valor:

- **Trazabilidad:** Se exige auditoría documental estricta de proveedores de ingredientes, aditivos y saborizantes.
- **Segregación Operativa:** En plantas multiproducto, es obligatorio mantener líneas dedicadas o protocolos validados de purificación (Samak) entre corridas de producción.
- **Logística y Cadena de Frío:** En el transporte marítimo y aéreo, los embalajes y contenedores no deben consolidar carga Halal con productos no-Halal (especialmente carnes o derivados porcinos), exigiendo a menudo sellos de trazabilidad en contenedores (Halal Hubs o Halal Logistics).

EL MERCADO GLOBAL HALAL Y OPORTUNIDADES COMERCIALES

La economía islámica global representa uno de los sectores de mayor crecimiento demográfico y económico. Más de 1,900 millones de musulmanes en el mundo (aproximadamente el 25% de la población mundial).

- Mercados prioritarios:
 - **SUDESTE ASIÁTICO:** Malasia e Indonesia (este último representa el mercado Halal más grande del mundo por volumen de consumo).
 - **MEDIO ORIENTE Y NORTE DE ÁFRICA:** Países del Consejo de Cooperación del Golfo (EAU, Arabia Saudita, Qatar, Kuwait, Omán, Bahrein).
 - **Comunidades musulmanas** en Europa y Norteamérica.



OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR AGROEXPORTADOR PERUANO:



Sectores como la agroindustria (frutas frescas, frutos secos, quinua, cacao, café, jugos concentrados) y la pesca (langostinos, pota, conservas de pescado) tienen ventajas comparativas. Dado que los productos de origen vegetal y los productos del mar son, por naturaleza, mayoritariamente Halal (salvo aditivos o procesamiento posterior), obtener la certificación para estos rubros suele requerir auditorías centradas en control de procesos, aditivos y trazabilidad, facilitando un acceso rápido a estos mercados.

EL ESQUEMA DE CERTIFICACIÓN Y ACREDITACIÓN

Uno de los mayores desafíos del comercio Halal es la falta de un estándar único global, aunque existen bloques regulatorios preponderantes:

REGIÓN / ORGANISMO	ESTÁNDAR / ENTIDAD	CARACTERÍSTICAS
Consejo de Cooperación del Golfo (GCC)	GSO (GCC Standardization Organization)	Normas como la GSO 2055-1 . Esencial para exportar a Arabia Saudita y EAU.
Malasia	JAKIM (Department of Islamic Development Malaysia)	Uno de los estándares más rigurosos y respetados a nivel global.
Indonesia	BPJPH (Bajo la Ley N° 33/2014)	Hace obligatoria la certificación Halal para alimentos, bebidas y cosméticos comercializados en su territorio.
Mundo Islámico General	SMIIC / OIC	Standards and Metrology Institute for Islamic Countries.

Nota técnica: Para que un certificado emitido en origen (como el Perú) sea válido en el país de destino, la **entidad certificadora privada** debe estar formalmente **reconocida o acreditada** por el organismo oficial del país importador (por ejemplo, estar registrada ante BPJPH para Indonesia o JAKIM para Malasia).

PROCESO TÍPICO PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN



1. Solicitud y Diagnóstico Previo: Declaración jurada de ingredientes, fichas técnicas y diagrama de flujo de producción.

2. Evaluación Documental: Revisión de la lista de insumos (BOM - Bill of Materials) y certificados Halal de proveedores de insumos críticos.

3. Auditoría In Situ: Evaluación por parte de auditores técnicos e inspectores de Asuntos Islámicos para verificar buenas prácticas de manufactura, limpieza y segregación.

4. Dictamen y Emisión del Certificado: Renovación periódica (generalmente anual o trienal, con auditorías de seguimiento).

CATEGORIZACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA BAJO EL CONCEPTO HALAL

A. SECTOR AGROINDUSTRIAL Y CACAO/CAFÉ (EL PRINCIPAL BLOQUE)

Dado que los productos de origen vegetal son naturalmente lícitos bajo la Sharia, los esfuerzos de certificación en Perú se enfocan en auditar el procesamiento, los aditivos y evitar la contaminación cruzada:

- **Cacao y sus derivados:** Licor de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo (exportados por empresas procesadoras a países de la Liga Árabe y el Sudeste Asiático).
- **Superfoods y granos:** Quinua, maca, chía y castañas de la Amazonía.
- **Café:** En grano, verde y procesado.
- **Frutas y concentrados:** Pulpas y jugos concentrados de maracuyá, mango y mango deshidratado.

B. SECTOR CÁRNICO (HITO EN DESARROLLO)

- **Carne bovina:** Recientemente, la industria peruana de procesamiento cárnico logró habilitar las primeras plantas (con el acompañamiento del Midagri) para el faenamiento y exportación de carne de vacuno bajo el rito Dhabihah (Halal), apuntando al abastecimiento de mercados en Medio Oriente.

C. PESCA Y ACUICULTURA

- Langostinos, pota, harinas especiales y conservas de pescado: Al ser productos hidrobiológicos, cuentan con una rápida admisibilidad técnico-religiosa, requerida formalmente cuando el destino final exige empaquetado y sello Halal de origen (como Indonesia o Malasia).



¿QUIÉN EXPIDE ESTAS CERTIFICACIONES EN EL PERÚ?

Un punto crítico en materia aduanera y comercial: En el Perú no existe una entidad pública estatal que emita certificados Halal. (SENASA o DIGESA emiten los certificados sanitarios y de inocuidad, pero no los religiosos/técnicos Halal).

La certificación es emitida por entidades privadas u organizaciones religiosas autorizadas y acreditadas en los países de destino. En el ámbito local operan principalmente:

LA ASOCIACIÓN ISLÁMICA DEL PERÚ

Es la entidad religiosa islámica histórica con presencia en el país. Realiza la supervisión técnico-religiosa, auditorías de planta, verificación del rito de sacrificio (*Dhabihah*) y emite certificados reconocidos por diversos países del mundo islámico. Ha trabajado en coordinación con PromPerú en seminarios de capacitación para exportadores.



CERTIFICADORAS PRIVADAS INTERNACIONALES CON FILIAL O REPRESENTACIÓN EN PERÚ

Dado que mercados como Indonesia (organismo BPJPH), Malasia (JAKIM) o el Golfo Pérsico (GSO) exigen que el certificador esté estrictamente registrado en sus propios ministerios/sistemas de acreditación, muchas empresas peruanas recurren a firmas privadas internacionales que operan localmente o mediante auditores regionales:

1. Halal Certification Services South America (HCSSA): Con oficina en Lima, brinda auditorías y certificaciones bajo estándares reconocidos globalmente.

2. QA Certification Services Latam S.A.C.: Firma de auditoría con servicios de certificación Halal para la región.

3. Certificadoras internacionales mediante auditorías remotas o de campo: Entidades como el Instituto Halal de España o Fambras Halal (Brasil — la más grande de Sudamérica para carnes) operan con auditores que inspeccionan plantas peruanas para validar cargas de exportación.

OBSERVACIÓN CLAVE PARA EL EXPORTADOR

Para que un certificado Halal emitido en Lima sea válido ante las aduanas de destino (por ejemplo, en Dubái o Yakarta), el exportador peruano no solo debe certificar su producto, sino validar que la entidad certificadora que contrata en Perú esté en la "lista blanca" (lista de organismos acreditados) del país importador.

OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA PERÚ

ARÁNDANOS

Perú es el principal exportador de arándanos a nivel mundial, en el año 2025 alcanzó la cifra de US\$ 2 435 millones, la mayoría de estas exportaciones se centran en países como Estados Unidos (33% de participación), Países Bajos (20%), China (15%) y Reino Unido (7%).

Hay países musulmanes a los que los arándanos peruanos han llegado, pero con valores muy bajos; países como Arabia Saudita o Malasia en donde son mercados muy amplios, solo han podido ingresar el 0,47% y 0,14% respectivamente de lo que se exporta anualmente.

1. Arabia Saudita es un mercado con excelente poder adquisitivo que busca frutas premium importadas por vía aérea o marítima rápida. Su tasa de consumo de superalimentos e importación hortofrutícola es alta debido a sus condiciones climáticas desérticas. Este país tiene una población aproximada de 36,5 millones de personas, de las cuales 84% son población urbana. Entre 12 y 15 millones de personas serían consumidores potenciales ya que pertenecen a la clase media alta o alta urbana, con gran poder de compra. Los valores importados por Arabia Saudita de arándanos durante el año 2025 fueron de US\$ 8 millones, una cifra baja pero que ha ido creciendo a lo largo de los años (20% de crecimiento interanual), un mercado que, aunque registra cifras bajas, está en auge y podría en un futuro ser un mercado más consolidado para el Perú. Perú es el noveno proveedor en este mercado siendo sus principales competidores: Países Bajos, Sudáfrica y Tailandia.

2. Malasia es un mercado atractivo para la fruta fresca importada, habituado a la fruta occidental y con una clase media urbana sólida, con una población aproximada de 34,3 millones de personas, de las cuales el 78% vive en zonas

urbanas. De 10 a 12 millones de personas podrían ser consumidores potenciales al pertenecer a la clase media alta o alta urbana de este país. Los valores importados de arándanos por Malasia durante el año 2025 fueron de US\$ 24 millones, una cifra que ha ido en aumento desde hace 3 años (33% de crecimiento interanual), un mercado que está en pleno auge y que podría ser muy relevante para los exportadores de arándanos peruanos. Perú viene siendo el tercer país proveedor solo detrás de China y Sudáfrica.

3. Indonesia es otro mercado atractivo. Tiene una clase media y alta en rápido crecimiento concentrada en Jakarta y grandes urbes de Java. Este país tiene una población aproximada de 279 millones de personas, de las cuales el 58% vive en zonas urbanas. Entre 35 y 45 millones de personas serían consumidores potenciales con poder de compra. La reciente apertura sanitaria para el arándano peruano convierte a Indonesia en una plaza clave para volúmenes medianos y grandes. Sus principales proveedores de arándanos son China y Australia, los cuales controlan el 85% de este mercado.



Factores clave para la consolidación peruana

a) Ventana comercial y logística: La campaña peruana (que alcanza su pico entre agosto y diciembre) coincide con la ventana de mayor demanda de fruta importada en estas regiones antes de las campañas locales o de las de los competidores del hemisferio sur.

b) Posicionamiento Halal y certificación: Aunque la fruta fresca en estado natural no requiere certificación Halal formal para ingresar, contar con certificaciones para los procesos de empaque y trazabilidad agrega un valor reputacional significativo ante distribuidores mayoristas de la región.

c) Diversificación de canales: Arabia Saudita y Malasia absorben presentaciones gourmet (clamshells de 125 g a 250 g de calibres grandes), mientras que Indonesia ofrece una escala importante para formatos familiares y distribución en cadenas de comercio minorista moderno (Ranch Market, Foodhall, Transmart).

MANGO

Perú es el quinto país exportador de mangos a nivel mundial, en 2025 llegó a exportar aproximadamente US\$ 500 millones, la mayoría de estas exportaciones llegaron a países como:

- a) Estados Unidos:** Se mantuvo firmemente como el primer destino global, absorbiendo aproximadamente el 37% del valor total exportado (alrededor de US\$ 194 millones).
- b) Países Bajos:** Ocupó la segunda posición, consolidándose como la principal puerta de entrada y hub logístico para la distribución de mango peruano hacia el resto del mercado europeo.
- c) España:** Se ubicó en el tercer lugar, desempeñando un doble rol tanto de consumo interno como de redistribución en el sur y centro de Europa.
- d) Canadá:** El cuarto mercado en importancia, mostrando una demanda estable de fruta fresca enviada por vía marítima y aérea.

El mango peruano ya llega a algunos países musulmanes, aunque con participaciones muy bajas; varios presentan posibilidades de crecimiento una posibilidad de aumentar su nivel de participación.

1. Emiratos Árabes Unidos es el hub logístico y comercial de todo el Medio Oriente. Funciona como la puerta de entrada que luego se redistribuye por vía terrestre hacia Arabia Saudita, Kuwait, Omán y Bahréin. Con una población aproximada de 10,2 millones de personas, de las cuales entre 4,5 y 5,5 millones serían consumidores potenciales, principalmente en Dubái y Abu Dabi concentrados en Dubái y Abu Dabi, habitantes de altísimos ingresos. Perú viene siendo el undécimo país proveedor, siendo sus principales países competidores: India con un nivel de participación del 25% y Pakistán (24% de participación). En este mercado los productos frutícolas se enfocan en la venta directa en supermercados gourmet (Spinneys, Waitrose, Carrefour Premium) y en el sector HORECA (hoteles de 5 estrellas, restaurantes de lujo y el servicio de catering).



2. Qatar es un mercado puramente de consumo interno. Es un destino de nicho caracterizado por comprar menores volúmenes, pero pagando precios promedio por kilogramo sustancialmente más elevados. La población total es de aproximadamente 2,8 millones, con entre 1,2 y 1,8 millones de consumidores potenciales 1,2 a 1,8 millones de personas (concentrados en su mayoría en Doha). Las exportaciones de mango a este destino son exclusivamente por vía aérea. Por tratarse de un mercado más pequeño, no se justifica el envío masivo de contenedores marítimos enteros si la fruta pierde vida útil. El mango peruano ingresa directamente a cadenas de comercio minorista de alta gama (Al Meera, Monoprix Doha, Lulu Hypermarket en sus formatos premium). Los principales países proveedores de mango en este mercado son: India, Pakistán, Egipto y Tailandia; estos 4 países controlan el 75% del mercado catari.

3. Arabia Saudita es un mercado atractivo de alto valor para los mangos, ya que existe una demanda de importación fuera de la temporada local. La demanda se orienta a productos premium comercializados en supermercados en Riad y Jeddah. Como se indicó, Entre 12 y 15 millones de personas serían consumidores potenciales ya que pertenecen a la clase media alta o alta urbana, con gran poder de compra. Los principales países proveedores de mango en este mercado son: Yemen, Egipto, Pakistán y India; estos 4 países controlan el 60% de este mercado.

Principales barreras y problemas para la entrada del mango peruano

El mango enfrenta algunas barreras para consolidarse en estos destinos:

a) Competencia intensa y cercanía geográfica: En el Medio Oriente (Arabia Saudita y EAU), el mercado está dominado por India y Pakistán en su temporada, y por Egipto y Kenia en otros meses.

b) Logística y perecibilidad: El mango Kent peruano hacia el Medio Oriente o Asia requiere tiempos de tránsito marítimo largos (30 a 40 días). Si el protocolo exige tratamiento térmico, la fruta debe viajar por vía aérea, elevando sustancialmente el costo por kilo y limitando el volumen solo a supermercados de muy alta gama.

c) Preferencias de variedad y sabor: El consumidor de Medio Oriente suele preferir variedades de mango amarillos, muy dulces y aromáticas (tipo Harum Manis, Alphonsus o Chaunsa), mientras que la oferta exportable peruana se concentra en la variedad Kent (de piel rojiza/verde y pulpa más firme).



PALTAS

Perú es el segundo país exportador de paltas a nivel mundial, en 2025 llegó a exportar aproximadamente US\$ 1 362 millones. durante 2025, la palta fresca peruana llegó a 40 mercados internacionales.

Europa se mantuvo como el bloque de mayor demanda, concentrando entre el 62% de los envíos globales.

Los principales países de destino fueron:

- a) Países Bajos:** Fue el líder absoluto y principal puerta de entrada a Europa, absorbiendo aproximadamente el 33% del total exportado (alrededor de US\$ 449 millones).
- b) España:** Ocupó el segundo lugar con envíos por un valor aproximado de US\$ 267 millones.
- c) Estados Unidos:** Se mantuvo sólidamente entre los tres principales compradores de los mayores compradores globales.
- d) China y Hong Kong:** Lideraron la demanda en el mercado asiático, con participaciones del 5% y 1% respectivamente durante ventanas comerciales clave del año.



Se han podido distinguir algunos países musulmanes en donde la palta peruana podría tener una oportunidad de crecimiento:

- 1. Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos:** Son mercados extremadamente atractivos y de alto poder adquisitivo. Su PIB per cápita oscila entre US\$ 73 000 y US\$ 88 000. Dado que importan casi todos sus alimentos, la palta se ha posicionado fuertemente. Ya no es una fruta exótica, sino un alimento básico en las dietas saludables (superfoods) impulsadas por la población local joven de altos ingresos. Los principales proveedores de estos mercados son: Kenia y México, ambos países tienen el 85% del mercado de paltas en estos mercados.

2. Malasia: Presenta un poder adquisitivo medio-alto (PIB per cápita ~\$38,000 USD) y una clase media fuertemente influenciada por tendencias de consumo occidentales. Es un mercado clave en la actualidad: en enero de 2024, Malasia autorizó oficialmente el ingreso de la palta Hass peruana, abriendo una puerta directa y legal al consumo en supermercados modernos. Su principal proveedor es Australia con un nivel de participación del 85% del mercado de paltas en Malasia.

Principales barreras y problemas para la entrada de la palta peruana

Las exportaciones de palta a estos destinos enfrentan algunas barreras para consolidarse en estos destinos:

a) Protocolos fitosanitarios: No se puede exportar fruta fresca libremente; se requiere que el SENASA negocie de gobierno a gobierno. El protocolo con Malasia tomó más de 10 años en aprobarse debido a los estrictos controles contra plagas. Indonesia mantiene regulaciones cuarentenarias sumamente rígidas que exigen auditorías de las plantas de empaque y campos en Perú para asegurar que la fruta esté libre de mosca de la fruta.

b) Tiempo de tránsito al límite: El flete marítimo desde puertos peruanos hasta el Medio Oriente o el Sudeste Asiático toma entre 35 y 45 días. Esto lleva la vida de anaquel de la palta al límite fisiológico. Obliga a los exportadores peruanos a invertir en contenedores de atmósfera controlada (que regulan el oxígeno y el CO2 para adormecer la fruta), encareciendo los costos y dejando poco margen de error ante retrasos portuarios.

c) Competencia geográfica fuerte:

- En el Medio Oriente, Perú compite directamente con Kenia y Sudáfrica, países que están geográficamente mucho más cerca, con menores tiempos de tránsito y fletes marítimos más baratos.
- En el Sudeste Asiático, Australia y Nueva Zelanda dominan el segmento de alta calidad, beneficiados por su cercanía logística a la región.



Factores clave para la consolidación peruana

a) Resistencia de la variedad Hass: A diferencia de las paltas de piel verde, la Hass peruana es resistente a trayectos largos o semilargos. Si la cadena de frío es impecable, llega firme y madura adecuadamente en los centros de distribución asiáticos y árabes, garantizando un buen producto en el anaquel.

b) Ventana comercial favorable: El pico de la cosecha peruana (entre mayo y septiembre) coincide con el verano del hemisferio norte. En estos meses, cae la producción de otros proveedores y aumenta drásticamente el consumo de ensaladas y alimentos frescos, dejando el mercado desabastecido y listo para absorber la oferta peruana.

c) Prestigio internacional del agro peruano: Perú es consistentemente el segundo o tercer exportador mundial de palta. Los grandes importadores de Arabia Saudita o Malasia conocen la seriedad de la agroindustria peruana y valoran que los fondos peruanos cuenten con certificaciones internacionales, lo que facilita el ingreso comercial inmediato una vez superadas las barreras fitosanitarias estatales.

NUECES DEL BRASIL

El panorama comercial para la castaña del Brasil en el mercado islámico es radicalmente distinto al de la fruta fresca. Mientras que el arándano o la palta se compran por volumen en supermercados, la castaña es un producto de nicho (superfood) con un mercado global muy pequeño (alrededor de US\$ 345 millones anuales en todo el mundo).

El Perú durante el año 2025 llegó a exportar US\$ 48 millones de nueces del Brasil al mundo, otorgando un crecimiento del 28% comparándolo con el año 2024; a nivel mundial Perú es el segundo país proveedor de nueces del Brasil, solo por debajo de Bolivia.

Se han podido distinguir algunos países musulmanes en donde este producto peruano podría tener una oportunidad de crecimiento:

1. Arabia Saudita: el consumidor saudí tiene una alta capacidad de gasto y un interés creciente por productos saludables, funcionales y superfoods. Existe un consumo masivo e histórico de frutos secos a nivel cultural, asociado a la hospitalidad local y con picos de demanda durante celebraciones como el Ramadán. Aunque la castaña del Brasil es poco conocida frente a los frutos secos tradicionales (pistachos, almendras, dátiles), la alta disponibilidad de ingresos permite comercializarla en tiendas de regalos gourmet, boutiques de frutos secos y supermercados premium.

2. Emiratos Árabes Unidos, como se indicó anteriormente, este país registra uno de los poderes adquisitivos más altos de la región. Es una economía orientada al lujo y presenta una elevada demanda de productos orgánicos, funcionales y asociados a dietas especializadas de productos orgánicos, funcionales y de dietas especializadas promovido por los residentes occidentales y asiáticos de ingresos altos.



Principales barreras y problemas para la entrada de las nueces del Brasil

a) Desconocimiento cultural: En los países musulmanes, las nueces del Brasil son prácticamente desconocidas. El consumidor local está habituado al perfil de sabor del pistacho iraní, la almendra californiana o la nuez de nogal. Convencerlos de cambiar o agregar la nuez de Brasil a sus mezclas tradicionales es un reto de marketing complejo.

b) Riesgo sanitario: Es la mayor barrera técnica. Debido a la alta humedad de la Amazonía peruana (Madre de Dios), las nueces del Brasil son muy susceptibles a desarrollar hongos que generan aflatoxinas. Los países del Golfo y del Sudeste Asiático tienen normativas sanitarias aduaneras tan estrictas como las de la Unión Europea respecto a los límites máximos de estas toxinas. Un mal secado en origen significa el rechazo del contenedor en destino.

c) Límite fisiológico de consumo: A diferencia del pistacho o el maní, de los cuales uno puede comer un tazón entero, las nueces del Brasil tienen niveles altísimos de selenio. La recomendación médica global es consumir como máximo dos o tres castañas por día para evitar toxicidad. Esto impide que el producto se venda por grandes volúmenes de consumo masivo, limitando los envíos.

2. Emiratos Árabes Unidos, como se indicó anteriormente, este país registra uno de los poderes adquisitivos más altos de la región. Es una economía orientada al lujo y presenta una elevada demanda de productos orgánicos, funcionales y asociados a dietas especializadas de productos orgánicos, funcionales y de dietas especializadas promovido por los residentes occidentales y asiáticos de ingresos altos.



Principales barreras y problemas para la entrada de las nueces del Brasil

a) Desconocimiento cultural: En los países musulmanes, las nueces del Brasil son prácticamente desconocidas. El consumidor local está habituado al perfil de sabor del pistacho iraní, la almendra californiana o la nuez de nogal. Convencerlos de cambiar o agregar la nuez de Brasil a sus mezclas tradicionales es un reto de marketing complejo.

b) Riesgo sanitario: Es la mayor barrera técnica. Debido a la alta humedad de la Amazonía peruana (Madre de Dios), las nueces del Brasil son muy susceptibles a desarrollar hongos que generan aflatoxinas. Los países del Golfo y del Sudeste Asiático tienen normativas sanitarias aduaneras tan estrictas como las de la Unión Europea respecto a los límites máximos de estas toxinas. Un mal secado en origen significa el rechazo del contenedor en destino.

c) Límite fisiológico de consumo: A diferencia del pistacho o el maní, de los cuales uno puede comer un tazón entero, las nueces del Brasil tienen niveles altísimos de selenio. La recomendación médica global es consumir como máximo dos o tres castañas por día para evitar toxicidad. Esto impide que el producto se venda por grandes volúmenes de consumo masivo, limitando los envíos.

Factores clave para la consolidación peruana

- a) Las nueces del Brasil** son recolectadas de forma silvestre y el producto se empaca en Perú con certificaciones Orgánicas, Fair Trade (Comercio Justo), y vender la "historia" de la conservación de la Amazonía, eleva el precio que los consumidores en Dubái o Doha están dispuestos a pagar.
- b) El éxito en el Medio Oriente** radica en aliarse con las grandes tostaderías y marcas de lujo árabes (como Bateel o Al Rifai) para que incluyan un porcentaje de castaña peruana dentro de sus latas de mezcla de frutos secos premium, aprovechando su gran tamaño y textura crujiente como un diferenciador visual frente a la competencia.
- c) El Medio Oriente** combina temperaturas extremas (superiores a 45 °C en verano) con infraestructuras logísticas donde los quiebres térmicos en los puertos pueden ser letales para los frutos secos. Las castañas tienen un alto contenido lipídico (grasas), lo que las hace altamente susceptibles al enranciamiento.

POTA

Las exportaciones de pota durante 2025 llegaron a los US\$ 1 141 millones, siendo sus principales destinos: China, España y Corea del Sur. El Perú es el segundo país exportador de pota a nivel mundial, solo por debajo de China (la cual pesca pota cerca del límite de las 200 millas peruanas); además en volumen e ingresos, la pota es la especie pesquera más relevante del país, superada solo por la anchoveta.

Se han podido distinguir algunos países musulmanes en donde la pota peruana podría tener una oportunidad de crecimiento:

- 1. Malasia:** Es el mercado más estratégico para la pota. Posee un poder adquisitivo medio-alto y una de las tasas de consumo de productos del mar más altas del mundo (más de 50 kg per cápita anuales). Están habituados al consumo de calamar, tanto fresco en la gastronomía local como procesado (snacks). Este destino es el décimo país importador mundial de calamar, llegando a importar en el 2025 un total de US\$ 166 millones. Los principales competidores de Perú en este mercado serían China, India, Yemen y Omán; estos 4 países tienen casi el 80% del mercado de Malasia.



2. Indonesia: Su poder adquisitivo es menor, pero el consumo de pescado y mariscos es la base de la dieta nacional. Indonesia no solo es un mercado de consumo final, sino que posee una gigantesca industria de procesamiento de alimentos que requiere proteína marina barata (como la pota) para fabricar surimi, albóndigas de pescado y snacks marinos. Los principales competidores en este mercado sería China e India; estos dos países tienen el 75% del mercado de Indonesia en pota.



Principales barreras y problemas para la entrada de las nueces del Brasil

a) Textura, sabor y preferencia local: El consumidor asiático está acostumbrado al calamar local (Loligo), que es pequeño, dulce y de textura tierna. La pota peruana (*Dosidicus gigas*) es gigante, de carne muy gruesa, dura y con un sabor naturalmente ácido/amoniacal. Si Perú intenta vender pota cruda sin procesar a estos mercados, el rechazo comercial es casi seguro.

b) Competencia intensa de China: Las flotas chinas capturan pota en aguas internacionales (incluso frente a Perú y Argentina), la procesan en sus inmensas plantas con economías de escala e inundan el mercado asiático con el producto (Malasia, Indonesia, Tailandia) a precios de dumping o extremadamente bajos.

c) Certificación Halal en Planta: Aunque el calamar es Halal, la pota peruana requiere tratamientos químicos (mezclas de fosfatos y ácidos) para ablandarla, quitarle el sabor amargo y blanquearla. Las autoridades islámicas de Malasia (JAKIM) e Indonesia (MUI) exigen que las plantas procesadoras peruanas y los aditivos químicos utilizados tengan certificación Halal, lo cual implica auditorías costosas.

d) Logística de cadena de frío: Exportar contenedores reefer (refrigerados a -18 °C) en tránsitos de más de 35 días hacia Asia o el Golfo Pérsico tiene un alto costo logístico.

Factores clave para la consolidación peruana

1. Exportación de Valor Agregado: El éxito radica en no exportar bloques crudos, sino pota precocida, blanqueada y tiernizada (en formas de anillas, tubos limpios o filetes). Al entregar un producto listo para cocinar (Ready-to-Cook) que imita la textura del calamar tradicional, los restaurantes en Arabia Saudita o los supermercados en Malasia lo compran como un sustituto perfecto y económico.

2. Insumo Industrial (Surimi): En Indonesia y Malasia, la pota peruana tiene un éxito rotundo cuando se vende como materia prima industrial para las fábricas asiáticas. Su bajo costo por kilo de proteína la convierte en el insumo ideal para ser triturada y mezclada en pastas de pescado, un sector que crece a tasas anuales de dos dígitos en el Sudeste Asiático.

3. Seguridad Alimentaria e Inflación: En un contexto global de altos costos alimentarios, la pota se posiciona como una de las proteínas marinas más económicas y nutritivas del mundo. Para los gobiernos del Medio Oriente y el Sudeste Asiático, asegurar fuentes baratas de alimentos para sus poblaciones de menores ingresos o amplias poblaciones de trabajadores expatriados es una prioridad estatal.



CONCLUSIONES

1

El intercambio comercial entre el Perú y los países musulmanes presenta una trayectoria expansiva. Entre 2024 y 2025, el comercio total creció 10,52%, impulsado por el aumento de las exportaciones peruanas y por una demanda sostenida de bienes importados.

Aunque las exportaciones crecieron a un ritmo mayor que las importaciones, la balanza comercial se mantuvo deficitaria. La reducción del déficit en 2025 constituye una señal favorable, pero todavía no representa un cambio estructural en la relación comercial.

2**3**

La oferta exportable peruana está altamente concentrada en productos primarios, principalmente minerales y, en menor medida, bienes agrícolas y pesqueros. Esta composición genera ingresos importantes, pero también expone el desempeño comercial a la volatilidad de los precios internacionales y a variaciones en los volúmenes embarcados.

Turquía, Malasia e Indonesia concentran aproximadamente el 87% de las exportaciones analizadas. La dependencia de pocos destinos eleva la vulnerabilidad ante cambios de demanda, condiciones de acceso o coyunturas económicas en esos mercados.

4**5**

El dinamismo de los concentrados de cobre y plata, junto con el crecimiento de productos como paltas, arándanos, café y papa, demuestra que existe potencial para ampliar la presencia peruana más allá de los rubros tradicionales y desarrollar una canasta con mayor diversificación y valor agregado.

Las importaciones cumplen una función relevante para la economía peruana, pues incluyen vehículos, productos siderúrgicos, fertilizantes, plásticos, alimentos procesados, equipos y componentes tecnológicos. Por tanto, la relación comercial no solo abastece el consumo, sino también actividades productivas como agricultura, construcción, transporte e industria.

6

Los datos acumulados a junio de 2026 muestran cambios significativos en algunos productos y mercados, pero al corresponder a un periodo parcial deben interpretarse con cautela y no compararse directamente con los resultados de años completos.⁶

7

8

El aprovechamiento sostenible de estos mercados requiere fortalecer la inteligencia comercial, la promoción en destinos con baja participación, la logística de larga distancia y el cumplimiento de requisitos sanitarios, técnicos, de trazabilidad e inocuidad. Para los alimentos, la certificación halal puede convertirse en un instrumento importante de acceso y diferenciación.

En conjunto, los países musulmanes constituyen una oportunidad estratégica para diversificar los destinos del comercio exterior peruano. El principal desafío es transformar una relación concentrada en pocos mercados y productos primarios en una plataforma más equilibrada, resiliente y orientada a bienes con mayor valor agregado.

9

10

La oferta peruana analizada presenta ventajas competitivas diferenciadas, pero todavía una penetración limitada en varios mercados musulmanes. Los arándanos, mangos, paltas, nueces del Brasil y pota combinan liderazgo exportador, calidad reconocida y ventanas comerciales favorables; sin embargo, su participación en destinos como Arabia Saudita, Malasia, Indonesia, Emiratos Árabes Unidos y Qatar permanece por debajo de su potencial. La diversificación hacia estos mercados permitiría reducir la dependencia de Estados Unidos, Europa y China.

Los mercados con mejores perspectivas no son homogéneos. Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos y Qatar ofrecen oportunidades de alto valor para frutas premium, presentaciones gourmet y frutos secos funcionales; Malasia reúne demanda urbana, consumo de productos importados y canales modernos para arándanos, paltas y pota; e Indonesia destaca por su escala demográfica y por la posibilidad de colocar tanto fruta fresca como insumos pesqueros para procesamiento industrial. Por ello, la estrategia comercial debe priorizar combinaciones específicas de producto, formato, canal y país.

11

12

En frutas frescas, la ventana exportadora peruana constituye una ventaja decisiva, especialmente para arándanos y paltas. La campaña nacional puede atender periodos de menor oferta de competidores y abastecer mercados con creciente preferencia por alimentos saludables. No obstante, en el mango la distancia y las preferencias por variedades amarillas, dulces y aromáticas obligan a competir mediante nichos premium, transporte aéreo selectivo, manejo de la madurez y diferenciación de la variedad Kent.

13

La logística es la principal restricción transversal. Los tránsitos marítimos prolongados hacia Medio Oriente y el Sudeste Asiático reducen la vida útil de mangos y paltas, elevan el riesgo de pérdidas y exigen atmósfera controlada, cadena de frío rigurosa y coordinación portuaria. En pota y nueces del Brasil, el control térmico también es crítico para evitar deterioro, enranciamiento o riesgos sanitarios. La consolidación comercial dependerá de reducir la incertidumbre logística y asegurar la continuidad del abastecimiento.

14

El acceso sanitario, la trazabilidad y la certificación son condiciones de entrada y, al mismo tiempo, instrumentos de diferenciación. Los protocolos fitosanitarios deben gestionarse con anticipación; la certificación Halal de plantas, aditivos y procesos puede aumentar la confianza del comprador; y las certificaciones orgánicas, de comercio justo e inocuidad fortalecen el posicionamiento de productos como las nueces del Brasil. La ventaja peruana será mayor si estos atributos se comunican de forma consistente en el empaque y la promoción comercial.

15

La estrategia exportadora debe orientarse al valor agregado y no únicamente al volumen. En arándanos y paltas conviene adaptar calibres y presentaciones a supermercados premium y formatos familiares; en nueces del Brasil resulta más viable ingresar mediante mezclas gourmet, porciones controladas y alianzas con marcas regionales; y en pota la oportunidad reside en productos precocidos, blanqueados, tiernizados y listos para cocinar, así como en su uso industrial para surimi y alimentos procesados.

16

16. La competencia regional obliga a construir ventajas más allá del precio. India, Pakistán, Egipto, China, Sudáfrica, Kenia y Australia cuentan con cercanía geográfica, preferencias varietales o economías de escala. Frente a ello, el Perú debe competir con calidad uniforme, disponibilidad estacional, confiabilidad sanitaria, innovación en presentaciones, contratos de suministro y una narrativa de origen vinculada con sostenibilidad y prestigio agroexportador.

17

17. En conjunto, la mayor oportunidad se encuentra en una estrategia gradual y segmentada: iniciar con importadores especializados, cadenas premium, distribuidores HORECA y procesadores industriales; validar rotación, vida útil y aceptación del consumidor; y luego ampliar volúmenes. La coordinación entre exportadores, SENASA, autoridades comerciales y operadores logísticos será determinante para convertir oportunidades puntuales en relaciones estables y para posicionar una canasta peruana más diversificada en los mercados musulmanes.

IDE CAM

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior