



PERU



ŞEKERLEME VE ATIŞTIRMALIK SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Ekim 2025

Raporu Hazırlayan: Lima Ticaret Müşavirliği

ŞEKERLEME VE ATIŞTIRMALIK SEKTÖRÜ

1. Peru Şekerleme ve Atıştırmalık Sektörü

1.1 İlgili Sektörde Üretim

Peru'nun güçlü bir üretim sanayisi bulunmamakta olup, ülkenin temel üretimi ağırlıklı olarak zengin maden kaynakları üzerine kuruludur. 2024 yılında Peru'nun imalat sanayii, 2023 yılına kıyasla %4,0 oranında ılımlı bir büyüme göstermiştir. Özellikle balık ürünleri sektöründe dikkat çekici bir artış yaşanmış ve üretim %42,0 oranında yükselmiştir. Ayrıca petrol rafinerisi üretiminde %1,5, değerli ve demir dışı metallerde %0,3, şeker üretiminde %5,7 ve et ürünlerinde %3,1 oranında artış kaydedilmiştir.

Her ne kadar Peru'da güçlü bir üretim altyapısı bulunmasa da ülkenin gıda işleme sanayisinde geliştiği görülmekte ve bu sektör ülke ekonomisinin önemli bir bileşeni haline gelmektedir. Peru'nun tarım ürünleri üreticisi olması bu durumu pekiştirmektedir.

2024 yılında, Peru tarım ürünleri ihracatı 12,3 milyar ABD dolarına ulaşarak önemli bir artış göstermiştir. Bu artışla tarım ürünleri ihracatı yıllık ortalama %20 oranında büyüme kaydetmiştir. 2024 yılı itibarıyla Peru'nun tarım ihracatı sıralamasında taze yaban mersini 2,2 milyar ABD doları, taze üzüm 1,7 milyar ABD doları, avokado 1,2 milyar ABD doları ve kuşkonmaz 406 milyon ABD doları ile öne çıkmaktadır.

Ülke, gıda ihtiyacının büyük bir bölümünü yağlar ve tahıllar üzerinden karşılamakta olup, buğdayın %87'si, sarı mısırın %60'ı, şekerin %34'ü ve sütün %13'ü ithalat yoluyla temin edilmektedir. Peru Merkez Rezerv Bankası'nın verileri, son 20 yılda ülkenin gıda ve içecek üretiminde iç talep ile ihracat artışı paralelinde önemli bir büyüme kaydedildiğini göstermektedir. 2024 yılında gıda endüstrisi, ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYİH) yaklaşık %27'sini oluşturmuştur. Üretim istatistiklerine göre işlenmiş gıda ürünleri arasında fırıncılık ürünlerindeki büyüme özellikle öne çıkmaktadır.

Ayrıca, Peru'nun şekerleme ve atıştırmalık sektörü, kakao, kinoa ve mısır gibi çeşitli tarımsal kaynakların üretimine dayanmaktadır. Bu sektörde çikolata, enerji barları, geleneksel tuzlu mısır atıştırmalıkları ve tatlı şekerlemeler ön plana çıkmaktadır.

1.2 Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Paketlenmiş gıda pazarında, uzun süredir faaliyet gösteren yerel şirketler Alicorp ve Grupo Gloria firmalarının hakimiyeti mevcuttur. Söz konusu şirketler üretimin yanı sıra ithalat yoluyla ürün çeşitlendirmesiyle pazarı şekillendirmektedir.

Şekerli mamuller pazarında Machu Picchu Foods önemli bir üretici olarak görülürken, tuzlu atıştırmalık kategorisinde Inka Crops ve Rasil Corp gibi şirketler dikkat çekmektedir.

Gıda sektöründeki ana üretici birlikleri olarak ise Peru İhracatçıları Birliği ve Peru Ulusal Sanayi Odası görülmektedir. Ayrıca, Peru İhracat ve Turizm Geliştirme Ajansı- Promperu, ihracatın artırılması ve üreticilerin desteklenmesi konusunda faaliyetler yürütmektedir.

- Peru İhracat Geliştirme ve Turizm Ajansı- PromPeru
İnternet sitesi: <https://exportemos.pe/>
- Peru İhracatçılar Birliği
İnternet sitesi: <https://www.adexperu.org.pe/>
- Ulusal Sanayi Odası
İnternet sitesi: <https://www.sni.org.pe/>

1.3 Şekerleme ve Atıştırmalık Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Gıda sektörü süpermarketler ve büyük ölçüde küçük bakkallar ile sokak satıcıları tarafından domine edilmektedir. Küçük satıcılar genellikle vergi dışı kalmakta ve kalite kontrollerinden kaçmaktadır.

Süpermarketler, geniş ürün yelpazesıyla dikkat çekerken; uluslararası markaların yanı sıra tüketiciye hitap eden, uygun fiyatlı özel markalı (private label) şekerleme ve atıştırmalık ürünler de sunmaktadır. Ancak, geleneksel satış kanalları –özellikle küçük bakkallar ve sokak satıcıları– hâlâ orta ve alt gelir grubundaki tüketicilere ulaşmada en önemli dağıtım kanalı olmaya devam etmektedir.

Atıştırmalık barlar pazarda giderek artan bir ilgi görmekte birlikte, değer bazında hâlâ kategori içinde küçük bir paya sahiptir. Bu eğilim özellikle daha az şeker, daha yüksek protein, lif veya vitamin içeriği gibi sağlıklı özellikleri önemseyen tüketici segmentleri için geçerlidir.

2. Peru'nun Sektörde Dış Ticareti

2.1 2024 Yılında Şekerleme ve Atıştırmalık Sektöründe Peru'nun En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (17,18, 19 uncu Fasıllar)

2024 yılında Peru'nun şekerleme ve atıştırmalık ithalatı 520 milyon ABD dolarından 605 milyon ABD dolarına yükselmiştir. Söz konusu dönemde ithalatın en fazla yapıldığı üç ülke Kolombiya, Guatemala ve Brezilya olmuştur.

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$)	Miktar (kg)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1.	KOLOMBİYA	103.149.922	76.673.182	17%
2.	GUATEMALA	69.001.552	91.855.887	11%
3.	BREZİLYA	68.779.787	49.106.893	11%
4.	MEKSİKA	50.691.836	8.573.350	8%
5.	NİKARAGUA	44.876.956	69.331.997	7%
6.	ABD	39.184.402	7.372.135	6%
7.	EKVADOR	36.962.346	6.924.215	6%
8.	ÇİN	31.237.257	27.735.436	5%
9.	ŞİLİ	29.314.204	27.492.475	5%
10.	BOLİVYA	24.579.931	30.435.307	4%

14.	TÜRKİYE	9.642.986	6.287.045	2%
-----	---------	-----------	-----------	----

2.2 2024 Yılında Şekerleme ve Atıştırmalık Sektöründe Peru'nun En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (17,18, 19 uncu Fasıllar)

2024 yılında Peru'nun şekerleme ve atıştırmalık ihracatı önemli bir artış göstererek 850 milyon ABD dolarından 1,6 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Bu, bir önceki yıla göre %50 oranında bir ihracat artışı anlamına gelmektedir. Söz konusu dönemde ihracatın en fazla yapıldığı üç ülke ABD, Malezya ve Endonezya olmuştur. Peru'nun ihracatında Türkiye 21 inci sırada yer almakta ve ihracatın büyük çoğunluğunu kakao ürünleri oluşturmaktadır.

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$)	Miktar * (kg)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1.	ABD	329.277.537	101.606.205	20%
2.	MALEZYA	158.889.643	22.718.621	9%
3.	ENDONEZYA	141.069.338	18.383.096	8%
4.	HOLLANDA	135.088.107	17.649.328	8%
5.	ŞİLİ	131.183.929	44.416.495	8%
6.	BELÇİKA	96.435.432	13.193.443	6%
7.	İSPANYA	80.443.216	13.043.370	5%
8.	İTALYA	64.108.497	8.286.066	4%
9.	EKVATOR	60.898.214	82.627.229	4%
10.	MEKSİKA	58.966.642	8.408.795	4%
21.	TÜRKİYE	12.669.855	1.623.065	0,7%

*Miktar bilgisinin bulunması mümkünse

2.3 2024 Yılında Şekerleme ve Atıştırmalık Sektöründe Peru'nun Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı 10 Ürün (17,18,19 uncu Fasıllar)

Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'den İthalatı (\$)	Türkiye'den İthalatının Payı(%)
170199	Kimyaca saf sakaroz ve diğer şekerler	145.202.006	0	-
170490	Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri	65.522.898	361.089	
180690	Diğer çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları	62.037.838	2.270.312	-
170114	Diğer kamış şekeri	56.223.125	0	-
190590	Ekmekler, pastalar, kekler, bisküviler ve diğer fırıncılık mamulleri, tatlılar ve tahıllardan mamul diğer yenilebilir müstahzarlar	47.248.699	1.193.431	-

190110	Bebek veya küçük çocukların beslenmesinde kullanılan müstahzarlar	46.323.301	0	-
190190	Süt, peynir vb. ile hububat esaslı karışım ve mamuller	27.313.586	0	-
190410	Hububat/hububat ürünlerinden kabartılmış/kavrulmuş gıda mamulleri	15.758.049	0	-
180500	Kakao tozu (ilave şeker/diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen)	15.280.278	362.995	
180400	Kakao yağı	15.191.354	-	-

2.4 2024 Yılında Şekerleme ve Atıştırmalık Sektöründe Peru'nun Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (17,18,19 uncu Fasıllar)

Peru kakao üreticisi olması nedeniyle bu sektördeki ihracatının büyük çoğunluğunu da kakao ürünleri oluşturmaktadır.

Tarife Pozisyonu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)	Türkiye'ye İhracatı (\$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
180100	Kakao dane ve kırıkları (ham/kavrulmuş, bütün/kırık)	795.699.841	12.640.969	
180400	Kakao yağı	272.704.351	-	-
190531	Tatlı bisküviler	109.653.565	-	-
180500	Kakao tozu (ilave şeker/diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen)	63.449.851	-	-
190590	Ekmekler, pastalar, kekler, bisküviler ve diğer fırıncılık mamulleri, tatlılar ve tahıllardan mamul diğer yenilebilir müstahzarlar	60.164.374	-	-
190190	Süt, peynir vb. ile hububat esaslı karışım ve mamuller	55.793.513	-	-
180310	Kakao hamuru; yağı alınmamış	53.683.499	-	-
170114	Diğer kamış şekeri	51.717.592	-	-
170199	Kimyaca saf sakkaroz ve diğer şekerler	33.999.722	-	-
180690	Diğer çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları	31.006.116	-	-

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Sektörde Ülkemizin Peru'ya İhracatı (ABD doları)

Türkiye'nin tatlı ve tuzlu atıştırmalık sektöründe Peru'ya ihracatının son dönemde azaldığı görülmektedir.

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2022	2023	2024
1	190219	Makarna; yumurtasız (pişirilmemiş)	189.295	175.274	2.423.895
2	180690	Diğer çikolata, kakao içeren gıda müstahzarları	4.198.282	1.796.813	2.270.312
3	190590	Diğer ekmekçi mamulleri	1.756.616	434.925	1.193.431
4	190532	Waffle ve gofretler	1.721.329	688.586	1.146.643
5	180631	Diğer gıda müstahzarları; ağırlığı =< 2 kg, kakao/çikolata içeren (doldurulmuş)	3.131	697.633	720.569
6	170230	Glikoz ve glikoz şurubu (kuru halde ağırlık; < 20% fruktoz içeren)	1.669.825	280.652	652.595
7	180500	Kakao tozu (ilave şeker/diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen)	0	23.466	362.995
8	170490	Kakao içermeyen diğer şeker mamulleri	270.978	384.886	361.089
9	190531	Tatlı bisküviler	132.144	247.622	276.734
10	190230	Diğer makarnalar	0	2.521	161.745
	TOPLAM		19.904.922	14.304.852	17.113.173

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Peru'nun toplam nüfusu 2024 yılında 34 milyona ulaşmış olmakla birlikte, Lima bölgesi, ülke nüfusunun yaklaşık üçte birine ev sahipliği yapmaktadır. Gayrisafi yurtiçi hasılanın (GSYİH) yaklaşık %50'si bu bölgede üretilmektedir. Bu durum, Lima'yı yalnızca idari başkent değil, aynı zamanda ülkenin ticari merkezi konumuna da taşımaktadır. Gıda ürünleri tüketiminde de Lima diğer bölgelere oranla öne çıkmaktadır.

Lima'daki satış temsilcileri, genellikle Arequipa, Chiclayo ve Trujillo gibi diğer önemli şehirlerde de faaliyet göstermekte olup, bu şehirler bölgesel erişimi genişletmek açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Bu durum, firmaların ürün portföylerini ve dağıtım stratejilerini bölgesel talepler doğrultusunda şekillendirmelerini gerekli kılmaktadır. Bu sebeple, Peru pazarına giriş yapmayı planlayan firmalar için, yerel pazarı iyi bilen ve bölgesel ağlara hâkim bir yerel temsilci ile iş birliği yapılması büyük önem taşımaktadır.

4.2 Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Peru gıda sektöründe ithalatın önemli bir bölümü, süper market zincirleri ve büyük ölçekli şirketler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu firmalar, genellikle yüksek hacimli ithalat yaparak pazarda önemli bir paya sahip olmaktadır.

Sektördeki şekerleme ve atıştırmalık ithalatçılarının bilgisi ve ithalat rakamları aşağıda paylaşılmaktadır. Ayrıca, şekerleme ve atıştırmalık ithal eden bazı firmaların iletişim bilgilerine raporun “Yararlı Adresler” kısmından erişilebilmektedir.

FİRMA ADI	2023 (USD)	2024 (USD)	20203 (KG)	2024 (KG)
SUCDEN PERU S.A.	71.012.988	80.312.946	107.979.832	116.524.921
MONDELEZ PERU S.A.	31.053.985	29.166.829	9.022.482	7.540.241
MACHU PICCHU FOODS	2.874.115	28.228.930	1.998.645	6.002.901
NESTLE MARCAS PERU	27.168.355	27.494.038	6.989.642	7.423.403
G.W. YICHANG & CIA	13.889.103	26.935.564	1.709.678	3.052.236
MOLINERA INDUSTRIAL PERUANA	20.962.346	26.620.339	31.099.145	40.903.502
NESTLE PERU S A	11.349.428	20.581.809	2.970.977	2.589.281
SNACKS AMERICA LATINA S.R.L.	6.029.050	19.559.631	7.396.968	10.684.283
STYWI S.A.C.	14.029.406	17.631.037	22.159.215	27.506.593
RB HEALTH PERU S.R.L.	18.483.771	16.979.392	1.715.838	1.537.285
TOTAL	520.998.667	604.233.793	410.157.191	439.525.406

Öte yandan, özellikle küçük ve orta ölçekli birçok yerel Perulu firmanın da ithalat faaliyetinde bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu firmalar, genellikle orta-alt gelir grubuna hitap eden, fiyat açısından daha erişilebilir ürünlerin ithalatını gerçekleştirmektedir.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik/Derne/STKlar ve İletişim Bilgileri

Peru gıda sektörüyle ilgili kurum ve kuruluşların bilgilerine aşağıda yer verilmektedir.

- Peru Dış Ticaret ve Turizm Bakanlığı : <https://www.gob.pe/mincetur>
- Peru Fırıncılık ve Pastacılık Girişimcileri Derneği : <https://aspanperu.com/>
- Lima Ticaret Odası: <https://www.camaralima.org.pe/>
- Peru Dış Ticaret Odası: <https://www.comexperu.org.pe/>

4.2.2 Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Peru’nun dış ticaret verileri Peru Gümrük ve Vergi İdaresi tarafından tutulmakta olup, dış ticaretle ilgili genel verilere ilgili web sitesi (<https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/importaciones.html>) üzerinden erişim sağlanabilmektedir.

4.3 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Peru'ya şekerleme ve atıştırmalık ürünleri ithal etmek için, Gümrük Beyannamesi, fatura ve taşıma belgesi gibi temel belgelerin yanı sıra sağlık belgeleri gereklidir. Söz konusu ürünlerin Peru'ya girişinden önce yetkili otoriteden Sağlık Kaydı veya İthal Ürünün Sağlık Kayıt Sertifikası alınması zorunludur. Bu işlem, Peru Sağlık Bakanlığı(DIGESA) tarafından gerçekleştirilmektedir.

Sağlık Kaydı almak için gerekliliklerden biri, menşe ülkesindeki yetkili kurum tarafından verilen Serbest Satış Sertifikası'na (CLV) sahip olmaktır. Sağlık kaydı için VUCE üzerinden aşağıdaki bilgilerle ithalatçı tarafından başvurulmalıdır.

- Şirketin Adı, Adresi Ve Vergi Numarası.
- Ürünün Markası.
- Üretici Firmanın Adı, Adresi Ve Ülkesi.
- Serbest Satış Sertifikası
- Ürünün Fiziksel-Kimyasal Ve Mikrobiyolojik Analiz Sonuçları.
- Bromatolojik Analiz Sonucu.
- Bileşenlerin Ve Katkı Maddelerinin Bileşimi Listesi.
- Depolama Koşulları.
- Kullanılan Ambalaj Hakkında Bilgiler (Tip, Malzeme Ve Sunum).
- Ürünün Normal Koşullarda Raf Ömrü.
- Üretim Lot/Parti/ Seri Numarası

Ayrıca, gıda ürünlerinin ithalatı için talep edilen sertifika örneklerinin bazılarını aşağıdaki link üzerinden erişilebilmektedir.

(http://www.digesa.minsa.gob.pe/Orientacion/Modelos_Certificados_Importacion.asp)

4.4 Sektörde Teknik Düzenlemeler/Standartlar

- Gıda ve İçeceklerin Sağlık Denetimi ve Kontrolüne İlişkin Yönetmelik – Yüksek Kararname 007-98-SA (25 Eylül 1998)

Gıda ve İçeceklerin Sağlık Denetimi ve Kontrolüne İlişkin Yönetmelik, Genel Sağlık Yasası'nın hükümleri ile Codex Alimentarius (CODEX)'ta yer alan Gıda Güvenliği Genel İlkelerini uygulamaya koymaktadır.

Bu yönetmelik; insan tüketimine yönelik gıda ve içecek ürünlerinin üretimi, taşınması, imalatı, depolanması, pazarlanması, hazırlanması ve satışı için genel hijyen kurallarını, sağlık koşullarını ve gereklilikleri belirlemektedir.

- Sağlıklı Beslenmenin Teşviki Hakkında Kanun – Kanun No. 30,021 (17 Mayıs 2013)

Söz konusu kanun ile obezite ile ilişkili sağlık sorunlarının azaltılması amaçlamaktadır. Bu çerçevede, belirli işlenmiş gıda ve içeceklerin reklamı, satışı ve tüketimi caydırılmak istenmektedir.

Kanunun 10. maddesi, belirli düzeylerde şeker, tuz, doymuş yağ veya trans yağ içeren işlenmiş gıdalar ve alkolsüz içecekler üzerine uyarı etiketleri yerleştirilmesini zorunlu kılar. Bu eşik seviyelerin ne olacağını belirleme yetkisi ise Sağlık Bakanlığı'na verilmiştir.

4.5 Sektörde Etiketleme

Tüm ambalajlı gıda ve içecek ürünlerinin etiketinde bulunması gereken bazı bilgiler aşağıda yer almaktadır:

- **Ürün Adı:** Ürünün adı açıkça belirtilmelidir.
- **İçindekiler ve Katkı Maddeleri:** Üründeki tüm bileşenler, katkı maddeleri ve kullanım talimatları etiket üzerinde yer almalıdır.
- **Üretici Bilgileri:** Üreticinin adı ve adresi etiket üzerinde bulunmalıdır.
- **Menşei Ülke:** Ürünün üretildiği ülke etiket üzerinde yer almalıdır.
- **İthalatçı Bilgileri:** İthalatçının adı, ticari adı, adresi, telefon numarası ve vergi numarası (RUC) etiket üzerinde yer almalıdır.
- **Sağlık Kayıt Numarası:** Ürünün, yetkili sağlık kurumları tarafından onaylandığını gösteren kayıt numarası belirtilmelidir.
- **Son Tüketim Tarihi:** Ürünün son kullanma tarihi, üreticinin belirlediği raf ömrüne göre belirtilmelidir.
- **Üretim Lot Kodu ve Koruma Koşulları:** Ürünün üretim lotu ve özel saklama koşulları (varsa) etiket üzerinde yer almalıdır.
- **Net Ağırlık veya Hacim:** Ürünün net ağırlığı veya hacmi belirtilmelidir.

Ayrıca, Peru'da 2019 yılında yürürlüğe giren Çocuklar ve Ergenler için Sağlıklı Beslenmenin Teşviki Yasası (Yasa No. 30021) kapsamında, belirli seviyelerin üzerinde şeker, sodyum, doymuş yağ ve trans yağ içeren işlenmiş gıdalar özel uyarı etiketleri taşımak zorundadır.

İşlenmiş ürünler, içeriğindeki seviyelere bağlı olarak sekizgen şeklinde (durdur işareti gibi) uyarı etiketi taşımaktadır. Katı gıdalar için 100 gramda 22.5 gramdan fazla, içecekler için ise 100 mililitrede 6 gramdan fazla şeker içeren ürünler, **Yüksek Şeker İçerir" etiketi** taşınmalıdır. Etiketin altında "Aşırı Tüketimden Kaçın" uyarısı yer almalıdır. Etiket örneği aşağıda yer almaktadır.



Bu sistemin amacı, özellikle çocuklar ve gençler arasında obezite ve diğer sağlık sorunlarını önlemek için tüketiciyi bilinçlendirmek ve daha sağlıklı tercihlere yönlendirmektir.

4.6 Sektörde Ambalajlama

Yiyecek ve içeceklerle doğrudan temas eden ambalaj malzemeleri, insan sağlığına zarar vermeyecek şekilde üretilmelidir. Bu ambalajlar; ürüne geçebilecek zararlı maddeleri içermemeli ve ürünün raf ömrü boyunca hijyenik kalitesini ve bileşimini koruyacak özellikte olmalıdır.

Metal, metal alaşımları veya plastik malzemelerden üretilmiş ambalajlar, aşağıda belirtilen maddeleri izin verilen maksimum limitlerin üzerinde içermemelidir:

- Kurşun, antimon, çinko, bakır, krom, demir, kalay, cıva, kadmiyum, arsenik gibi insan sağlığına zararlı olabilecek metaller veya metaloidler,
- Stiren, vinil klorür, akrilonitril gibi artık monomerler ile potansiyel olarak sağlığa zararlı olabilecek diğer kimyasal maddeler.

Bu limitler, Peru Sağlık Bakanlığı tarafından yayımlanan ilgili sağlık yönetmeliklerinde belirlenmiştir ve düzenli olarak güncellenmektedir.

Ayrıca, geri dönüştürülmüş kağıt, karton ve ikinci el plastikten üretilmiş ambalaj malzemelerinin gıda ile temas eden ürünlerde kullanılması kesinlikle yasaktır.

4.7 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Peru, Latin Amerika'nın gıda ve işlenmiş gıda sektöründe önemli merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu alanda düzenlenen ve uluslararası düzeyde geniş bir bilinirliğe sahip fuar ve etkinliklerin bilgisi aşağıda paylaşılmaktadır.

Food in Peru: Gıda, İçecek, Tatlı ve Atıştırmalık Tedarikçileri Fuarı 9–12 Temmuz 2025 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, özellikle gıda ve atıştırmalık sektöründe faaliyet gösteren üretici ve tedarikçileri bir araya getirmektedir.

(Web sitesi: expoalimentosperu.pe)

Expo FoodTech Ingredients : 17–19 Temmuz 2025 tarihlerinde Lima'da düzenlenmiş fuar gıda teknolojileri, içerikler, katkı maddeleri ve sanayi girdilerine odaklanacaktır. Bu fuar, gıda işleme sektöründe yenilikçi çözümler ve uluslararası iş birlikleri için önemli bir platform niteliği taşımaktadır.

(Web sitesi: expoingredients.com)

Expoalimentaria: Söz konusu fuar 24–26 Eylül 2025 tarihlerinde Lima'daki Jockey Exhibition Center'da gerçekleştirilecektir. Latin Amerika'nın en prestijli gıda ve gıda ekipmanları fuarı olan Expoalimentaria, gıda ve içeceklerin yanı sıra makineler, ambalaj çözümleri, dış ticaret hizmetleri ve diğer sektör bileşenlerini kapsamakta; yaklaşık 560 firma katılımcısı ve 50.000 ziyaretçiyle bölgenin en büyük ticaret etkinliklerinden biri olma özelliğini taşımaktadır.

(Web sitesi: expoalimentariaperu.com)

4.8 Varsa Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Peru'daki kamu alımları ve devlet ihaleleri, belirli düzenlemelere tabi olarak gerçekleştirilmektedir. Bu süreçlerin şeffaf ve denetlenebilir bir şekilde yürütülmesinden sorumlu ana kurum, Devlet İhale Denetleme Kurumu (Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – OSCE)'dir. OSCE, kamu kurumlarının mal ve hizmet alımlarını düzenleyen çerçeveyi oluşturmakta ve uygulamanın denetimini sağlamaktadır.

Kamuya ait ihaleler, OSCE tarafından yürütülen Elektronik Devlet Satın Alım Sistemi (Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado – SEACE) üzerinden ilan edilmekte ve yönetilmektedir. Bu dijital platform, kamu ihalelerine ilişkin tüm bilgilere erişim, teklif sunma ve ihale sürecinin takibi gibi işlevleri tek çatı altında toplamaktadır. İlgili platforma yandaki bağlantı üzerinden erişim sağlanabilir: “<https://prod1.seace.gob.pe/portal/>”

4.9 Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Peru'nun ikili ve bölgesel düzeyde toplamda 24 ticaret anlaşması bulunmakta olup, bu anlaşmalar arasında şunlar yer almaktadır:

And Topluluğu (ANDEAN), Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA), Dünya Ticaret Örgütü (WTO), MERCOSUR, Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC), Pasifik İttifakı, Avrupa Birliği (AB), Avustralya, Kanada, Şili, Çin, Güney Kore, Kosta Rika, Küba, Amerika Birleşik Devletleri, Honduras, Japonya, Meksika, Panama, Birleşik Krallık, Singapur, Tayland, Venezuela ve Trans-Pasifik Ortaklık Anlaşması (TPP)

ANDEAN ile gümrük birliği olan Peru; Şili, Bolivya, Kolombiya ve Ekvator ile birlikte MERCOSUR'un ortak üyeleri arasındadır. Pasifik İttifakı'nın da bir üyesi olan Peru, küresel ticarete önemli aktörlerle STA imzalamıştır. Bu ülkeler arasında ABD, AB, Avustralya, Birleşik Krallık, Çin, EFTA, Güney Kore, Honduras, Japonya, Kanada, Kosta Rika, Küba, Meksika, Panama, Singapur, Şili ve Tayland yer almaktadır. Peru'nun Venezuela ile de tercihli ticaret anlaşması bulunmaktadır. Buna ilaveten, Peru'nun, Türkiye, El Salvador, Hindistan ve Nikaragua ile STA müzakereleri devam etmektedir.

Ayrıca Peru, Trans-Pasifik Ortaklığı (TPP) Anlaşması'nda da taraf ülke olarak yer almaktadır.

4.10 Lojistik (nakliye süresi, en fazla tercih edilen taşıma modları, güzergahlar v.b.)

Peru, Güney Amerika'nın batı yakasında yer alan ve Pasifik Okyanusu'na kıyısı olan bir ülkedir. Pasifik Okyanusuna kıyısı sayesinde denizyolu taşımacılığı gelişmiştir. Peru'nun dış ticaretinin %79'u denizyolu, % 17'si havayolu, % 4'ü ise karayolu ile yapılmaktadır. Peru'nun dış ticaretinin büyük bir kısmının denizyolu ile yapılması, deniz taşımacılığının ülke ekonomisi için kritik bir rol oynadığını göstermektedir

Başkent Lima’da konumlanan Callao Limanı, ülkenin dış ticaretinde merkezi bir rol üstlenmektedir. 2024 yılında Peru’nun dış ticaretinin yaklaşık %50’si — ithalatta 37 milyar, ihracatta ise 25 milyar ABD doları — Callao Limanı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu durum, lojistik altyapısının büyük ölçüde Lima ve çevresinde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Şekerleme ve atıştırmalık sektöründe ülkemizden en çok ithal edilen 10 ürüne ilişkin lojistik süreçlere bakıldığında, bu ürünlerin ağırlıklı olarak denizyolu ile taşındığı görülmektedir.

2024 yılında Türkiye’den deniz yoluyla gelen ürünlerin daha çok Ambarlı, İstanbul ve Mersin limanlarından çıkış yaptığı tespit edilmiştir. Söz konusu ürünlerin; COSCO Shipping Lines, Maersk Line Peru ve Mediterranean Shipping Company gibi deniz taşımacılığı firmaları aracılığıyla taşındığı görülmektedir. Havayolu ile gelen ürünler ise İstanbul Havalimanı’ndan KLM ve Air France hava yolları ile gönderilmiştir.

4.11 Dağıtım Kanalları

Peru’daki perakende sektörü, Plaza Veja, Tottus, Makro, Wong, Vivanda gibi büyük süpermarket zincirlerinin hakimiyetindedir. Bu zincirler, özellikle atıştırmalık ve şekerleme pazarında önemli bir pazar payına sahiptir. Ülkede faaliyet gösteren süpermarketler üç temel şirket tarafından yönetilmektedir: Supermercados Peruanos (Super Food Holding), Cencosud ve Saga Falabella.

Supermercados Peruanos’un bünyesinde Plaza Veja (103 mağaza), Vivanda (8 mağaza), Makro (26 mağaza) ve Mass (1.076 mağaza) yer alırken; Şili merkezli Cencosud’un Wong (20 mağaza) ve Metro (49 mağaza) markaları bulunmaktadır. Diğer bir Şili merkezli grup olan Grupo Falabella ise Tottus (58 mağaza) ve Precio Uno (32 mağaza) markalarıyla Peru’da faaliyet göstermektedir.

Geleneksel pazarlar, özellikle kırsal bölgelerde hâlâ yaygın bir şekilde varlığını sürdürmektedir. E-ticaret, şehirli tüketicilerin pratiklik ve ürün çeşitliliği arayışı sayesinde hızla büyümektedir.

Başlıca dağıtım kanalları:

Süpermarketler: %55

Geleneksel pazarlar: %25

Bağımsız mağazalar: %10

E-ticaret: %10

Peru’nun başkenti ve ekonomik merkezi olan Lima, ülkenin lojistik ve dağıtım ağlarının temel noktasıdır. Bu şehir, kıyı bölgeleri, And dağları ve Amazon havzası dahil olmak üzere Peru’nun farklı coğrafi bölgelerine mal ve hizmet akışını sağlayan önemli bir geçiş noktasıdır. Büyük lojistik merkezlerin çoğu Lima ve çevresinde yer almaktadır.

4.12 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

Pandemi döneminde fiziksel alışverişe getirilen kısıtlamaların artmasıyla birlikte Peru’da e-ticarete olan yönelim önemli ölçüde artış göstermiştir. Bu süreçte kazanılan çevrim içi alışveriş alışkanlığı, pandemi sonrasında da kalıcı hale gelmiştir.

2024 yılı itibarıyla Peru'nun çevrim içi satış hacmi 15 milyar ABD dolarına ulaşarak tarihi bir rekora imza atmıştır. Bu büyümenin 2025 yılında da devam etmesi beklenmekte olup, e-ticaretin ülkenin perakende pazarındaki payının %10'a ulaşacağı öngörülmektedir. Aynı dönemde çevrim içi alışveriş yapan kişi sayısı 19 milyona yükselmiş, bu da pandemi öncesine kıyasla yaklaşık 12 milyon kişilik bir artış anlamına gelmektedir.

Satın alma davranışları üzerine yapılan araştırmalar, Peru'daki tüketicilerin ürün içerikleri, üretim süreçleri ve sürdürülebilirlik gibi konularda bölgesel ortalamaya kıyasla %28 daha bilinçli olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, tanınmış markalara olan bağlılık oranı da %25 daha yüksektir. Bu durum, Perulu tüketicilerin satın alma kararlarında daha fazla araştırma yaptıklarını ve marka itibarına önem verdiklerini göstermektedir.

E-ticaretin gelişimiyle birlikte dijital ödeme yöntemleri de yaygınlaşmıştır. Dijital cüzdanlar bu alanda %24'lük bir pazar payına ulaşmıştır. En dikkat çeken uygulama ise **YAPE** olmuştur. 2023 yılı sonunda YAPE, günde yaklaşık 100.000 işlem gerçekleştirmiş ve ülke genelinde 15 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Bu kullanıcıların yaklaşık %50'si başkent Lima'da bulunmaktadır.

4.12.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Peru Elektronik Ticaret Odası'na göre, toplam e-ticaret hacminin %50 ila %70'i pazaryerleri üzerinden gerçekleşmektedir. Lima bölgesindeki tüketicilerin giderek daha fazla çevrimiçi platformlara yöneldiği görülmektedir. Pazaryerleri üzerinden alışveriş yapan kullanıcıların %70'i Lima'da, geri kalan %30'u ise diğer şehirlerde bulunmaktadır.

Tüketici profili incelendiğinde, hem Y kuşağı hem de Baby Boomer internet kullanıcılarının yaklaşık %90'ının çevrim içi alışveriş yaptığı görülmektedir. Ayrıca, internet kullanıcılarının %66'sı ürünlerini sosyal medya platformları üzerinden satın almaktadır. Bu veriler, sosyal medya ticaretinin Peru'da önemli bir pazar haline geldiğini ortaya koymaktadır.

Mercado Libre, Falabella, Ripley, Amazon ve Plaza Veja gibi platformlar her yıl daha fazla kullanıcıya ulaşmaktadır. Falabella Marketplace, Haziran 2024'te 18,2 milyon ziyaret ile ilk sırada yer almıştır. İkinci sırada, 11,7 milyon ziyaret ile Mercado Libre yer almaktadır. Plaza Veja ise bir sıra yükselerek 8,2 milyon ziyaret ile üçüncü sıraya yerleşmiştir.

Son dönemde özellikle Çin merkezli uygulamalar olan Temu ve Shein, en çok indirilen alışveriş uygulamaları arasında yer alarak ülkedeki popülaritesini artırmıştır. Bu uygulamaların kullanıcı sayısı hızla artmakta ve sınır ötesi alışveriş davranışlarını şekillendirmektedir.

Peru'da öne çıkan pazaryerlerine ilişkin bilgi aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Pazaryeri Türü	Açıklama	Öne Çıkan Platformlar
Sadece Çevrim İçi Pazaryerleri	Fiziksel mağazası olmayan, tamamen dijital satış platformları	Mercado Libre, Amazon, Temu, Shein, Alibaba, eBay Juntos.com, Diners Club Mall, AliExpress

Perakende Pazaryerleri	Hem fiziksel hem dijitalde faaliyet gösteren büyük perakendeciler	Falabella, Ripley, Plaza Vea, Metro, Vivanda
Teslimat Uygulaması Pazaryerleri	Yemek ve hızlı teslimat odaklı çoklu ürün sunan uygulamalar	PedidosYa, Rappi, LlamaFood

4.12.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Peru'daki resmi ulusal tatiller ve özel günler, yıllık olarak <https://www.gob.pe/feriados> adresinde yayınlanmaktadır. 2025 yılına ait özel günler ve ulusal tatiller aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

2025 Yılı Peru Resmi Tatiller	
1.01.2025	Yeni Yıl
17-18. 04.2025	Paskalya Bayramı
1.05.2025	İşçi Bayramı
7.06.2025	Arica Savaşının Yıldönümü ve Bayrak Günü
29.06.2025	Aziz Peter and Aziz Paul Günü
23.07.2025	Hava Kuvvetleri Günü
28-29.07.2025	Ulusal Bağımsızlık Günü
6.08.2025	Junin Savaşının Yıldönümü
30.08.2025	Santa Rosa Günü
8.10.2025	Angamos Savaşının Yıldönümü
1.11.2025	Tüm Azizler Günü
8.12.2025	Meryem Ana Günü
9.12.2025	Ayacucho Savaşı Günü
25.12.2025	Noel Bayramı

4.12.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Peru'da en çok kullanılan sosyal medya platformları Facebook ve TikTok olarak öne çıkmaktadır. Facebook, Latin Amerika'daki en büyük beşinci kullanıcı kitlesine sahip olmasıyla dikkat çekmektedir. TikTok ise 20 milyonun üzerinde kullanıcı sayısı ile Instagram'ı geride bırakarak Peru'daki en çok kullanıcı kitlesine sahip ikinci sosyal medya platformu konumuna gelmiştir.

Ülke genelinde artan internet erişimi, sosyal medya kullanımını artırmakta ve özellikle video odaklı platformların yükselişini desteklemektedir. Video içeriklerine dayalı platformlar olan TikTok ve YouTube, dijital reklamcılığın en önemli temas noktaları olarak kabul edilmektedir.

4.12.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Peru Devlet Posta Servisi (SERPOST S.A.) aracılığıyla yurtdışından gelen posta gönderilerinin kolay ve hızlı bir şekilde ithalatının yapılabilmesi için özel bir uygulama geliştirilmiştir. E-ticaret yoluyla satın alınan ürünlerin büyük çoğunluğu bu sistem üzerinden ülkeye girmektedir.

Gerçek kişiler veya şirketler, yurtdışından satın aldıkları ya da hediye olarak kendilerine gönderilen ürünler için bu uygulamadan faydalanabilirler. Ancak ürünün toplam değerinin 2.000 Amerikan Dolarını geçmemesi gerekmektedir. Ürün Peru'ya ulaştığında SERPOST tarafından doğrudan teslim edilebilir veya gümrük işlemleri gerekiyorsa alıcı bilgilendirilir.

Gümrük Muafiyeti ve Vergilendirme Şartları:

- 200 Amerikan Doları ve altındaki gönderiler için herhangi bir gümrük işlemi veya vergi ödeme zorunluluğu bulunmamaktadır. Peru Gümrük İdaresi, bu gönderileri SERPOST'a teslim eder ve ürün doğrudan alıcıya ulaştırılır. Ancak bu muafiyet, belirli durumlarda geçerli değildir. Gönderinin ithalatı izne tabi ürünler içermesi ya da aynı alıcıya, aynı taşıma aracıyla gelen ve toplam değeri 200 USD'yi aşan birden fazla gönderinin bulunması halinde, vergi muafiyeti uygulanmamaktadır.
- 200 ile 2.000 Amerikan Doları arasındaki gönderiler ise gümrük kontrolüne tabidir. Gümrük idaresi bu ürünleri inceler ve ödenecek vergileri hesaplar. Alıcı, belirlenen tutarı yetkili bankalara ödeyerek ürününü teslim alabilir. Söz konusu ürünler Katma Değer Vergisine de tabi tutulmaktadır.

4.12.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Peru'da e-ticareti düzenlemek ve yürürlükteki yasalara uyumu sağlamak konusunda temel kurum Ulaştırma ve Haberleşme Bakanlığıdır. Söz konusu bakanlık e-ticaretin büyümesini teşvik edecek politikaları ve düzenlemeleri oluşturmaktadır. E-ticaret alanında önemli bir diğer kurum ise Rekabetin Savunulması ve Fikri Mülkiyetin Korunması Ulusal Enstitüsü (INDECOPI)'dir. INDECOPI, çevrim içi işlemlerde tüketicileri haksız uygulamalara karşı koruyan düzenlemeleri hayata geçirmektedir.

Peru'da çevrim içi işlemlerle ilgili yasal düzenlemeler, e-ticaret için güvenli ve güvenilir bir ortam oluşturmayı amaçlayan çeşitli mevzuatlardan oluşmaktadır. Bu alandaki temel düzenlemelerden biri, 2000 yılında yürürlüğe giren 27269 sayılı E-Ticaret Yasası'dır. Bu yasa, elektronik sözleşmeler, dijital imzalar ve dijital ortamdaki tüketici hakları gibi konulara ilişkin temel ilkeleri belirlemektedir. Elektronik iletişim ve veri iletimlerinin yasal olarak tanınmasını sağlayarak, tüketiciler ve işletmeler arasında dijital işlemlere olan güveni artırmaktadır.

Buna ek olarak, Tüketicinin Korunması Yasası, elektronik ticaret işlemlerinde tüketicilerin haklarını tanımlar. Bu yasa, işletmelerin ürün ve hizmetleri hakkında açık, doğru ve eksiksiz bilgi sağlamalarını zorunlu kılar. Ayrıca, çevrim içi alışverişlerde tüketicilerin geleneksel alışverişte sahip olduğu hakların aynen korunmasını da teminat altına alır.

29733 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Yasası, kişisel verilerin toplanması, işlenmesi ve saklanmasıyla ilgili hükümleri içerir. Bu yasa, tüketicilere kendi verileri üzerinde haklar verirken, işletmelere de bu verileri güvenli ve sorumlu bir şekilde yönetme yükümlülüğü getirir. Bu nedenle,

veri koruma yükümlölüklerine uyum, Peru'daki e-ticaret yapan tüm kuruluşlar için kritik önem taşımaktadır.

4.12.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri (Hızlı kargo ve sipariş karşılama hizmetleri (fulfillment) sunan firmalar v.b.)

Peru Devlet Posta Servisi ülkenin resmi posta operatörü olarak faaliyet göstermektedir. Peru'da e-ticaret lojistik hizmetleri pazarı henüz tam anlamıyla gelişmemiş olmakla birlikte kısa vadede büyüme potansiyeli taşımaktadır. E-ticarete lojistik maliyetlerin yüksek olduğu ve ülke içi sevkiyatların sınırlı düzeyde olduğu görülmektedir. Lojistik sektöründe teknoloji kullanımı ve katma değerli hizmetlerin sunumunun artırılması için çalışmalar yürütülmektedir.

Dünya Posta Birliği (UPU) verilerine göre, Peru'nun posta hizmetlerinin gelişmişlik düzeyi, Pasifik İttifakı'ndaki diğer ülkelere kıyasla geride kalmakta ve sanayileşmiş, yüksek gelirli ülkelerin ortalamasının oldukça altında kalmaktadır.

Sınır ötesi e-ticaretle ilişkili ithalat ve ihracat işlemleri büyük ölçüde Lima'daki Jorge Chávez Uluslararası Havalimanı'nda yoğunlaşmıştır. Ülkenin diğer havalimanlarında ise bu alanda neredeyse hiçbir faaliyet bulunmamaktadır.

Hızlı kargo taşımacılığı alanında ise Warehousing, KLog.co, Quick, Omni Logistics ve DHL gibi şirketler hizmet vermektedir.

4.13 Tanıtım ve Pazarlama

Peru'da ürün tanıtımı ve dijital pazarlama faaliyetlerinde en çok kullanılan araçlar sosyal medya platformları ve çevrimiçi pazaryerleridir. Tüketicilere ulaşmak ve satışları artırmak amacıyla firmalar, özellikle yılın belirli dönemlerinde düzenlenen büyük online alışveriş kampanyaları düzenlemekte ve tüketimi artırmaya çalışmaktadır.

Bu bağlamda, Peru'da e-ticaretin gelişimine katkı sağlayan en önemli çevrimiçi alışveriş etkinliklerinden biri Cyber Days'tir. Lima Ticaret Odası tarafından yılda üç kez, Mart, Temmuz ve Kasım aylarında düzenlenen bu etkinlik, ülkedeki en büyük online alışveriş kampanyası olarak kabul edilmektedir.

4.14 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Peru'da atıştırmalık ve tatlı ürünlerin tüketimi (özellikle tatlı bisküviler, şeker bazlı ürünler ve kurabiyeler) son derece yaygındır. Tatlı bisküviler, enerji barları ve kurabiyeler yüksek bir oranda tüketilirken, kalan diğer kategorilerde tüketimin daha az olduğu görülmektedir. Bu durum; yaşam tarzlarındaki, bütçelerdeki ve sağlık odaklı tercihlerdeki değişikliklerden kaynaklanmaktadır.

Lima'da gerçekleştirilen bir araştırma, nüfusun %65–75'inin cips, çikolata ve bisküvi gibi ürünleri düzenli olarak tükettiğini ortaya koymuştur. Tüketim sıklığının %40–60 oranında “ara sıra” olduğu, günlük veya iki günde bir tüketimin ise %20–30 seviyelerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Atıştırmalık ürünlerde en yoğun alışveriş kanalı bakkallar (bodegas) olup tüketimin %75–85'i bu kanaldan yapılmaktadır. Süpermarketler ikinci sırada yer almakta (%5–20); bu oran özellikle orta ve üst sosyoekonomik gruplarda daha yüksektir.

Marka Tercihleri

Cips: Frito Lay açık ara lider konumdadır (%70–80), ardından Chipy ve Karinto markaları gelmektedir.

Çikolata: Sublime (Nestlé) önde (%55–60) olup , onu D'Onofrio ve Triángulo takip etmektedir.

Tatlı bisküvi: Pazar oldukça parçalıdır; Margarita, Morochas, Casino, Field ve Tentación markaları %5–15 aralığında pay sahibidir.

Tuzlu bisküvi: Ritz ve Field Soda %25–30 seviyelerinde güçlü bir konuma sahiptir. Bu markaları yaklaşık %15 pay ile San Jorge Soda izlemektedir.

Peru gıda sektöründe fiyat, tüketici tercihlerini belirleyen en önemli faktördür. Ülkedeki Gayri Safi Yurtiçi Hasıla ve kişi başına düşen gelire bakıldığında gelir dağılımının son derece adaletsiz olduğu ve orta sınıfın imkânlarının kısıtlı olduğu görülmektedir.

Özellikle Lima ve Arequipa gibi şehirlerde, premium çikolatalar ve ithal şekerleme ürünlerin tüketiminin arttığı görülürken, ülkenin kırsal bölgelerinde daha ucuz ürünlerin tüketimin fazla olarak dikkat çekmektedir.

4.15 Sektörde Vergiler (gümrük vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi, ilave gümrük vergisi, anti dumping vergisi v.b.)

Peru'nun dış ticaret rejimi, sade ve neredeyse yatay bir tarife yapısıyla karakterize edilmektedir. Ülkede tüm tarife satırlarına uygulanan gümrük vergisi oranları %0, %6 ve %11 olmak üzere üç seviyede belirlenmiştir.

Peru tarım ürünleri üreticisi olması nedeniyle tarım sektöründe daha korumacı bir politika sergilemektedir. Diğer taraftan, şekerleme ve atıştırmalık sektöründeki ürünlerin büyük çoğunluğu %0 veya %6 gümrük vergisine tabi tutulmaktadır. Aşağıda yer alan tabloda Peru'da en çok ithal edilen gıda ürünlerinin gümrük vergi oranları yer almaktadır.

GTIP Kodu	Gümrük Vergisi
170199	0%
170490	6%
180690	6%
190590	0%
180500	0%
170230	0%
190110	0%

Ayrıca, söz konusu ürünlerin gümrük vergilerine ilişkin güncel bilgiye Peru gümrük idaresinin internet sitesinden (<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>) ulaşılabilir. İlgili internet sitesine ürün Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonun yazılması halinde gümrük vergileri ve ilave bilgiler görülebilmektedir.

Gümrük vergilerine ek olarak, tüm ithalat kalemlerine %18 oranında Katma Değer Vergisi uygulanmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Türk dizilerinin yarattığı olumlu etki sayesinde, Türk ürünlerine yönelik ilgi son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Ülkemizin sahip olduğu geniş ürün yelpazesi de göz önünde bulundurulduğunda, Türk firmalarının Peru pazarından daha fazla pay alabileceği düşünülmektedir.

Peru'da, özellikle başkent Lima ve çevresinde, üst ve orta gelir grubuna yönelik gıda ürünlerine olan talebin arttığı gözlemlenmektedir. Gelir düzeyinin yüksek olduğu bölgelerde sağlıklı ve organik atıştırmalıkların tüketimi ön plandayken, kırsal kesimlerde fiyat açısından daha uygun ürünlerin tercih edildiği değerlendirilmektedir.

Bu durum, Peru pazarına girmek isteyen firmaların farklı müşteri segmentlerine yönelik, çeşitli ürün gruplarıyla stratejik bir şekilde yer almasını gerekli kılmaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Devlet Başkanı Dina Boluarte'nin yönetimi ve izlediği politikalar, son dönemde Peru kamuoyunda ve siyasi çevrelerde yoğun eleştirilere maruz kalmış; bu eleştiriler sonucunda, Parlamento kararıyla 10 Ekim 2025 tarihinde görevinden azledilmiştir. 2026 yılında yapılması planlanan genel seçimler öncesinde yaşanan bu gelişme, ekonomik aktörler arasında ciddi bir tedirginliğe yol açmıştır.

Bu belirsizlik ortamında, özellikle yatırım kararlarının ertelenmesi, tüketici güveninin zayıflaması ve ekonomik öngörülebilirliğin azalması gibi unsurların, Peru ekonomisi üzerinde baskı oluşturabileceği yönünde değerlendirmeler yapılmaktadır.

Mevcut siyasi ve ekonomik belirsizliklerin, gıda sektörünü de olumsuz etkileyebileceği öngörülmektedir. İç talebin daralması, ithalat süreçlerinin yavaşlaması ve yatırım ortamındaki çekingenlik, sektörün büyüme potansiyelini sınırlayıcı faktörler olarak öne çıkmaktadır.

7. Gıda Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Ürünlerin Peru pazarına sunulmasında doğru hedef kitleye ulaşabilmek için, yerel distribütörlerle stratejik ortaklıklar kurulması önemle tavsiye edilmektedir. Bu tür iş birlikleri, hem pazara giriş sürecini kolaylaştırmakta hem de tüketiciye ulaşmada etkinlik sağlamaktadır.

Peru'daki en önemli gıda fuarı olan Expoalimentaria'ya katılım sağlanması, ürünlerin potansiyel alıcılara tanıtılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu fuar, yeni iş bağlantılarının kurulması ve pazarda görünürlük kazanılması adına firmalar için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Bununla birlikte, Peru'ya yönelik sektörel ticaret heyetlerinin düzenlenmesi, ikili ticari ilişkilerin güçlendirilmesi ve pazara dair daha derin bir anlayış geliştirilmesi açısından faydalı olacaktır. Bu tür organizasyonlar, yerel iş ortaklıklarının oluşturulmasına katkı sağlarken, firmalara pazar dinamiklerini yerinde gözlemleme imkânı da sunmaktadır.

8. Genel Değerlendirme

Türkiye ile Peru arasındaki ticari ilişkiler, son yıllarda artan diplomatik ve ekonomik temaslar sayesinde gelişim göstermektedir. Ayrıca, Türk dizilerinin olumlu etkisi sayesinde, Türk ürünlerine ilginin arttığı görülmektedir. Bu çerçevede, Peru gıda sektörü Türkiye açısından hem mevcut ihracat kalemlerinin çeşitlendirilmesi hem de yeni pazar fırsatlarının değerlendirilmesi açısından dikkat çeken bir alan olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin Peru'ya yaptığı başlıca gıda ürünleri ihracatı arasında şu kalemler öne çıkmaktadır:

- Makarna ve unlu mamuller
- Şekerleme ve atıştırmalık ürünler
- Zeytin ve zeytinyağı
- Kuru meyveler

Ancak, Türkiye'nin Peru'ya yaptığı gıda ürünleri ihracatı halen sınırlıdır. Türkiye'nin Peru'ya gıda ihracatını artırabilmesi için atılabilecek adımlar şunlardır:

1. Ticaret heyetleri ve fuar katılımları ile yerel alıcılara doğrudan temas kurulması,
2. Peru'da yerel dağıtım ağına sahip firmalarla iş birlikleri yapılması,
3. Türkiye'nin coğrafi işaretli ve katma değerli ürünlerinin tanıtılması

9. Yararlı Adresler

Sektörde faaliyet gösteren bazı firmaların iletişim bilgileri de aşağıda gösterilmektedir.

COMPANY	CONTACT/EMAIL	WEBSITE
SUCDEN PERU S.A.	peru@sucden.com	https://www.sucden.com/
MACHU PICCHU FOODS	elizabeth.elgegren@mpf.com.pe, Elizabeth Elgegren, Head of Purchasing	https://www.mpf.com.pe/
NESTLE PERU	nancy.romero@pe.nestle.com, Nancy Romero, Management Assistant	https://www.nestle.com.pe/
G.W. YICHANG & CIA	vannya.murga@yichang.pe, Vannya Murga, Purchasing Department	https://yichang.com.pe/

MOLITALIA SA	clientes@molitalia.com	https://www.molitalia.com.pe/
SNACKS AMERICA LATINA (PepsiCo)	comunicacionesperu@pepsico.com, Mirko Astudillo, General Manager	https://www.pepsico.com/
LABOCER	jgonzalezj@labocer.com.pe, Jessica Gonzalez Marketing Manager	https://labocer.com.pe/
DELYCORP	frivera@delycorp.pe	https://delycorp.pe/

10. Kaynakça

- Peru Merkez Bankası– Statistics
<https://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/cuadros-de-la-nota-semanal.html>
- Peru İhracatı Geliştirme ve Turizm Ofisi- Promperu
<https://investperu.peru.info/en-us/investment-sectors/food-industries>
- Peru İhracatçılar Birliği
<https://www.cien.adexperu.org.pe/reporte-de-tendencias-agosto-2025-alimentos/>
<https://www.cien.adexperu.org.pe/reporte-de-tendencias-febrero-2024-grasas-y-aceites/>
- Peru Gümrük ve Vergi İdaresi
<http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>
https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Guia_comercio-electronico_2023.pdf
- Peruvian Association of Bakery and Pastry Entrepreneurs (ASPAN PERU)
<https://aspanperu.com/>
- General Directorate of Environmental Health – DIGESA
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/>
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/256394-007-98-sa>
- Peruvian Chamber of Electronic Commerce
<https://capece.org.pe/observatorio-ecommerce/>
- Diğer linkler
 - <https://sweetsandsnacks.com/es/international/peru/>
 - <https://www.producempresarial.pe/produccion-reportes/>
 - <https://elperuano.pe/noticia/242410#:~:text=Son%20las%20que%20m%C3%A1s%20emplean,a%20carga%20de%20Aleph%202024>
 - <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/snacks-guerra-en-el-mercado-de-snacks-las-marcas-que-se-disputan-el-mercado-ante-el-cierre-de-planta-local-de-pepsico-pepsico-cheese-tris-piqueo-snax-tiyapuy-artika-cierre-de-planta-pepsico-noticia/>
 - https://cultura.sunat.gob.pe/sites/default/files/Guia_comercio-electronico_2023.pdf
 - <https://sweetsandsnacks.com/international/peru/>
 - <https://gestion.pe/economia/empresas/el-consumo-cambia-el-85-de-limenos-de-clase-media-optaria-por-marcas-mas-economicas-en-estas-categorias-noticia/>
 - <https://www.consorcioabogadosperu.com/normas-legales/leyes-de-ecommerce/>

- <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-snacks-saludables-en-peru#:~:text=Creciente%20inclinaci%C3%B3n%20por%20los%20snacks,vez%20el%20crecimiento%20del%20mercado>
- <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1084449-en-el-ano-2024-los-precios-al-consumidor-de-lima-metropolitana-subieron-1-97>
- <https://www.innovamarketinsights.com/trends/food-trends-in-peru/#:~:text=In%20Peru%2C%20penetration%20for%20snacks,the%20global%20average%20of%2017%25.>
- www.expoingredients.com/
- <https://expoalimentosperu.pe/>
- <https://gastromaq.pe/>