

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Londres		1.2. Fecha
			Septiembre 2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Valeria Prado	
	Cargo	Analista Comercial	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Frutas deshidratadas		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	08.03.10.20.00 08.03.90.20.00 08.04.10.00.00 08.04.20.00.00 08.06.20.00.00 08.08.30.00.00 08.13.20.00.00 08.13.30.00.00 08.13.10.00.00 08.13.40.00.00		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Dried plantain Dried bananas Dried figs Fresh or dried dates Dried grapes Dried apricots Dried prunes Dried apples Other fruits, dried (goldenberries) Dried peaches Dried pears		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Ingresar al mercado irlandés implica cumplir con la política aduanera de la Unión Europea (UE). De no cumplirse dicha política, podría negarse la autorización de los productos para ingresar en el mercado europeo.</p> <p>El Perú suscribió un Acuerdo Comercial con la Unión Europea el 26 de junio de 2012, el cual entró en vigencia el 1 de marzo del 2013. Este incluye preferencias arancelarias, cuotas, reglas de origen y requisitos sanitarios y fitosanitarios. Por lo tanto, se requiere que los productos a exportar cuenten con un Certificado de Origen. Asimismo, la mayoría de productos originarios del Perú pueden ingresar a la Unión Europea libre de aranceles. Sin embargo, para consultar sobre una partida en particular se recomienda ingresar a Access2Markets, la base de datos de acceso al mercado comercial de la Comisión Europea.</p> <p>Aranceles Como resultado del acuerdo anteriormente mencionado, la gran mayoría de las exportaciones peruanas a la Unión Europea tienen un arancel del 0% incluyendo las partidas detalladas en esta ficha. Se puede verificar el impuesto arancelario de cada producto a través de la plataforma TARIC de la Unión Europea.</p> <p>Impuestos Las frutas deshidratadas están sujetas a una tasa de impuesto del cero por ciento (0.00%) sobre el valor agregado (Value Added Tax, VAT).</p>		

	<p>Etiquetado</p> <p>Según el Reglamento (UE) No 1169-2011, el contenido de la etiqueta para el consumidor final debe estar en el mismo idioma del país al cual se exporta el producto. En el caso de Irlanda, este idioma es el inglés. Asimismo, el etiquetado del producto final debe ser fácil de entender, claro, y no hacer afirmaciones engañosas.</p> <p>Este deberá incluir la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre del alimento - Fecha de caducidad - Advertencias relevantes - Peso neto - Lista de ingredientes - País de origen - Nombre del importador o emparador de Irlanda <p>En el caso de empaques para ventas de retail, el etiquetado del producto debe cumplir con los requisitos de la Regulación FIC de la Unión Europea - la regulación sobre la provisión de información sobre alimentos al consumidor. Esta plantea requisitos específicos con respecto al etiquetado de información nutricional, origen, y alérgenos, e indica que estos deben ser legibles. Es importante resaltar que esta regulación categoriza a las frutas deshidratadas como un producto que puede causar alergias o intolerancias, por lo cual información sobre alérgenos debe ser claramente visible en el etiquetado. Esto también incluye los sulfitos en caso hayan sido utilizados como preservantes.</p> <p>Certificados</p> <p>Los siguientes certificados no son obligatorios para poder exportar productos a Irlanda, pero muchos compradores y consumidores finales sí los toman en cuenta, y en varios casos, solo trabajan con empresas que cuenten con ellos.</p> <p>BRCGS - certificación que garantiza estándares de seguridad alimentaria en toda la cadena de suministro. Este estándar mundial se centra en áreas como análisis de peligros, gestión de alérgenos y monitoreo ambiental.</p> <p>IFS Food - estándar de alimentos reconocido a nivel mundial enfocado en la seguridad alimentaria y calidad de procesos y productos. Se aplica para alimentos procesados o en casa exista un riesgo de contaminación durante el empaquetado. Suele ser de mucha relevancia para los fabricantes de marcas blancas, dado que aborda temas relacionados con el cumplimiento de las especificaciones del cliente.</p> <p>SQF - Certificación reconocida por la GFSI (Global Food Safety Initiative). Garantiza que el plan y sistema de gestión de seguridad alimentaria durante la producción sean implementados en línea con los principios HACCP y las regulaciones alimentarias establecidas en la legislación alimentaria.</p> <p>Global G.A.P Aquaculture Standards: creados por la organización Global GAP en el 2008, buscan garantizar el cumplimiento de las leyes, la inocuidad de los alimentos, la salud ocupacional de los trabajadores, el bienestar de los animales y el cuidado por el medio ambiente. Además, la certificación brinda un número único a cada proveedor, llamado Global Gap Number, el cual se imprime en una etiqueta con formato QR que permite a los clientes verificar ellos mismos la trazabilidad de su producto.</p> <p>SMETA: Auditoría que mide sostenibilidad de la cadena de suministro. Tiene como objetivo certificar buenas condiciones laborales y proteger a los trabajadores de condiciones de trabajo inseguras, sobrecarga laboral, discriminación, bajos salarios, y trabajo forzoso.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>En 2023, el mercado mundial de frutas deshidratadas se valorizó por USD 6.71 mil millones. Según Fortune Business Insights, se espera que este mercado crezca a una tasa de crecimiento compuesto anual del 5.16% entre 2024 y 2032.</p> <p>A nivel global, el aumento en la popularidad de las frutas deshidratadas es en gran parte atribuible a las tendencias de consumo del mercado europeo. Europa ha popularizado la nutrición on-the-go y los efectos favorables de la nutrición funcional, lo cual ha contribuido</p>

al aumento del consumo de nueces y frutos secos. Adicionalmente, el mercado ha crecido gracias a las inversiones de las principales grandes empresas para desarrollar carteras innovadoras de productos de frutos deshidratados. Por lo tanto, Europa es considerada una de las regiones líderes en impulsar el crecimiento de este mercado. Esto lo convierte en un mercado interesante para contemplar la expansión de la oferta peruana.

Fortune Business Insights indica que las uvas deshidratadas cuentan con la mayor participación de mercado en Europa, con más del 25% de participación. Esta es seguida por los dátiles, higos deshidratados, ciruelas, albaricoques deshidratados, y a menor escala, el de arándanos rojos deshidratados.

La siguiente sección describe las principales tendencias del mercado europeo de frutas deshidratadas, al cual Irlanda pertenece.

Snacks saludables/funcionales

Los consumidores del mercado europeo están cada vez más interesados en consumir alimentos que posean beneficios para la salud, también conocidos como 'ingredientes funcionales'. Esta tendencia es particularmente potente entre los consumidores pertenecientes a la Generación X (40-50 años), quienes son el grupo de edad más interesado en vivir vidas largas y saludables. Por lo tanto, muchos están interesados en alimentos e ingredientes que contribuyan a su salud.

Las frutas deshidratadas son muchas veces promovidas como superfoods, por lo cual las empresas podrían aprovechar esta tendencia para promover sus productos a importadores y consumidores a través de campañas de marketing digitales.

Clean label

Los productos clean label se están volviendo cada vez más importantes para los consumidores. Clean label se refiere a todos aquellos productos que no hayan recibido aditivos durante el proceso de producción. Por ejemplo, algunas etiquetas populares incluyen 'libre de azúcar', 'orgánico', '100% frutas', entre otros. Nuevamente, esta tendencia está relacionada a la preocupación de los consumidores por llevar vidas más saludables.

Avances tecnológicos para consumidores más informados

Hoy en día, los consumidores del mercado europeo están cada vez más informados en temas de alimentos, salud y nutrición. Por lo tanto, muchas veces evalúan información que va más allá de estos factores a la hora de seleccionar un producto.

Muchas veces, los consumidores europeos requieren más información sobre cómo un producto ha sido producido. Por lo tanto, muchas empresas han empezado a ofrecer más formas de proporcionarle esta información a sus consumidores. Por ejemplo, algunas empresas han optado por incluir códigos QR o de barra para poder rastrear el origen de los productos. En algunos casos, estos también los llevan a la página web de la empresa, donde podrán acceder a más información sobre el origen y tests de laboratorio realizados para el producto.

Por lo tanto, se están desarrollando avances tecnológicos para cumplir con las expectativas y requisitos de consumidores cada vez más informados.

Sostenibilidad




Los consumidores de mercados desarrollados en Europa también le dan bastante importancia a las prácticas éticas en cadenas de valor globales. Esto ha significado una creciente demanda en productos suministrados a través de prácticas éticas y sostenibles. Por lo tanto, muchas compañías están buscando establecer alianzas estratégicas con empresas del país del que suministran productos para poder asegurar un proceso de producción ético.


	<p>Sector de panadería con la mayor participación de mercado</p> <p>Debido a la cantidad de usos que tienen las frutas deshidratadas dentro del sector de panadería, la creciente demanda por productos de panadería saludables también ha impulsado la demanda de frutas deshidratadas en esta industria. El creciente interés por productos orgánicos y clean label indican que esta demanda seguirá creciendo, particularmente en el mercado europeo.</p>
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Las exportaciones peruanas de frutas deshidratadas al resto del mundo han crecido en los últimos cinco años, de USD 12.8 millones en 2019 a USD 21 millones en 2023. Esto significó un aumento del 64% entre 2019 y 2023. Según indica la data, las exportaciones peruanas de frutas deshidratadas están dominadas por mangos, piñas, dátiles, higos y uvas secas. Es importante resaltar que en este gráfico no se ha incluido los valores de exportaciones de mango seco, ya que al compartir el mismo código arancelario que el mango fresco, incluir esta información alteraría la data notablemente debido al gran número de exportaciones de mango fresco.</p> <p>Dado que no existe data de exportaciones peruanas de frutas deshidratadas al mercado irlandés, se ha analizado las exportaciones al mercado europeo, al cual Irlanda pertenece. Dicho esto, las exportaciones peruanas de frutas deshidratadas han visto una tendencia creciente en los últimos años, con la excepción de una disminución en el año 2023. Estas aumentaron en un 14% entre 2019 y 2023, y vieron su punto más alto en exportaciones en el año 2022, cuando se exportó un valor de USD 9.5 millones.</p> <p>Por lo tanto, la data indica que el panorama de exportaciones de frutas deshidratadas del Perú es positivo, ya que se está expandiendo su presencia tanto en el mercado del Reino Unido como a nivel mundial. Por lo tanto, si se desarrolla una estrategia comercial óptima para ampliar la oferta peruana en este mercado, el Perú podría expandir su presencia e introducirse en el mercado irlandés.</p> <p>Irlanda importa frutas deshidratadas durante todo el año y Perú los exporta con la misma frecuencia. Las importaciones irlandesas de frutas deshidratadas suceden de manera constante a lo largo del año, con pequeños picos de importación en los meses de junio y octubre, y experimentan una disminución progresiva de octubre en adelante. En el caso del Perú, los picos de exportación son más notables y suceden en los meses de marzo y noviembre. Después de dicho mes, el valor en exportaciones disminuye significativamente, alcanzando su punto más bajo en el mes de febrero, y luego un periodo bajo en exportaciones entre junio y septiembre. Igualmente, Irlanda experimenta su punto más bajo en importaciones de frutas deshidratadas en estos meses. Sin embargo, la disminución es menos dramática, ya que los valores de importaciones irlandesas de este producto son relativamente constantes a lo largo del año. Dicho esto, ambos países muestran una estacionalidad similar tanto en importaciones como exportaciones de este producto, pero a distintas escalas.</p> <p>Por último, cabe resaltar que Irlanda importa valores mayores de frutas deshidratadas de las que Perú exporta al mundo. Esto se puede ver claramente en los picos de importación y exportación de ambos países, dado que los picos más bajos de importación de Irlanda cuentan con valores más cercanos a los picos más altos de exportación de frutas deshidratadas del Perú.</p>
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Según Veritrade, en el 2023, el 73.6% de las importaciones de frutas deshidratadas de Perú al mundo según las partidas arancelarias mencionadas en el análisis llegaron al destino por vía marítima. Esta fue la vía de exportación más popular en el 2023, dado que el 91.7% de las exportaciones peruanas a Irlanda llegaron al país destino por vía marítima y solo el 8.3% llegaron por vía aérea.</p> <p>El Perú posee 61 puertos marítimos, entre los cuales Callao, Paita y Pisco son los principales puntos de exportación vía transporte marítimo. De acuerdo con Marine Insights, el puerto de Dublín es el principal para las importaciones que llegan a Irlanda, ya</p>

	<p>que es responsable de gestionar casi la mitad de todo el comercio del país. Conocer este punto de entrada principal es importante para que las empresas peruanas que exportan langostinos a Irlanda puedan hacerlo de la manera más eficiente y rápida posible. Adicionalmente, familiarizarse con los patrones de comercio y cadenas logísticas del país de destino les permitirá expandir sus negocios internacionalmente y maximizar sus ganancias.</p>
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>En la mayoría de los casos, el canal más importante para que las frutas deshidratadas ingresen al mercado europeo es el de los importadores especializados de frutas deshidratadas. Esto suele ser especialmente importante para productores de países en vías de desarrollo, ya que estos importadores suelen actuar como intermediarios para ayudarlos a ingresar a los distintos segmentos de mercado en Europa. Sin embargo, como indica el Gráfico 10, también es posible exportar directamente a distintos segmentos, como el minorista o servicio de comidas.</p> <p>La figura del importador es importante porque puede cumplir una serie de roles distintos. Por ejemplo, puede actuar como mayorista y vender frutas deshidratadas al por mayor a empresas envasadoras. Asimismo, algunas cuentan con servicios de procesamiento y envasado, por lo que también pueden venderle directamente a los segmentos minoristas y de servicio de comidas. Además, suelen tener un buen conocimiento del mercado europeo, por lo cual pueden ser una fuente de información valiosa para ingresar al mercado. Adicionalmente, estas suelen ser quienes le venden a las empresas procesadoras.</p> <p>El agente es otra figura importante dentro de la cadena de distribución de frutas deshidratadas en Europa. Este suele cumplir una serie de funciones como negociar por sus clientes y actuar entre intermediarios entre compradores y vendedores. Adicionalmente, estos suelen suministrar a cadenas de retail a lo largo del continente. Esto es importante ya que las frutas deshidratadas suelen venderse a través de diversos canales minoristas en el mercado irlandés. Por ejemplo, los supermercados y tiendas de alimentos naturales suelen vender frutos secos y deshidratados. Además, estos se venden en distintas presentaciones como a granel y en empaques pequeños para venderse como snacks.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Precio</p> <p>Para los vendedores de frutas deshidratadas, particularmente el segmento de supermercados, es una prioridad vender este producto a un precio económico. Por lo tanto, buscarán proveedores que puedan ofrecerles frutas deshidratadas a precios competitivos. Sin embargo, es importante resaltar que esto no significa que el importador estaría dispuesto a pasar por alto otros factores como calidad, ya que muchos consumidores sí suelen estar dispuestos a pagar un mayor precio por productos orgánicos, más sostenibles, o de mejor calidad.</p> <p>Certificado orgánico</p> <p>Este criterio suele ser clave para las tiendas de alimentos naturales que son frecuentadas por consumidores que priorizan productos saludables y sostenibles. En el mercado europeo, la etiqueta orgánica suele ser una indicación de un producto saludable, lo cual podría brindar al producto una ventaja competitiva en el mercado. Además, este certificado suele ser cada vez más importante, especialmente entre los consumidores.</p> <p>Sostenibilidad</p> <p>La sostenibilidad en la producción de alimentos es un factor que ha ganado gran importancia en los últimos años. Esto está particularmente concentrado entre consumidores más jóvenes, quienes optarán por productos empaquetados con materiales sostenibles o reciclables, y cuyos productos hayan sido cultivados sin el uso de pesticidas. Por lo tanto, esta tendencia de consumo haría que los principales distribuidores del mercado prioricen productos que cumplan con estos criterios.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado</p>	<p>En el año 2022, se exportó un valor de USD 9.5 millones de frutas deshidratadas al mercado de Europa, según indica el portal de inteligencia de mercado de PromPerú.</p>

<p>(temporadas, puntos de venta)</p>	<p>Fueron 32 empresas peruanas que exportaron al mercado europeo. La principal empresa peruana que exportó frutas deshidratadas a Europa fue Exportadora Fruticola del Sur SA, con USD 6.4 millones en exportaciones. Esto significó el 67% de participación en exportaciones en el año 2022. Los principales países europeos a los que se exportó fruta deshidratada fueron Países Bajos, Reino Unido, Alemania y Francia. Tomando esto en consideración, es importante resaltar que el mercado irlandés no fue uno al que se exportó fruta deshidratada en los últimos cinco años. Por lo tanto, este aún permanece como un mercado potencial para introducir la oferta peruana.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Anuga 2025 4-8 octubre 2025 Colonia, Alemania 7 900 expositores 140 000 visitantes</p> <p>SIAL PARIS 19-23 octubre 2024 París, Francia 7 500 expositores 285 000 visitantes</p> <p>IFE, The International Food & Drink Event 17-19 marzo 2025 Londres, Reino Unido 1 500 expositores 30 000 visitantes</p>

ANEXO
PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Tesco Ireland	Paquete de 100g	€1.50	N/D	Septiembre 2024	Mango deshidratado	
Tesco Ireland	Paquete de 250g	€3.29	N/D	Septiembre 2024	Albaricoques deshidratados	
ALDI Ireland	Paquete de 230g	€1.39	N/D	Septiembre 2024	Chips dulces de banana deshidratada	

<p>Holland & Barrett Ireland</p>	<p>Paquete de 210g</p>	<p>€4.00</p>	<p>N/D</p>	<p>Septiembre 2024</p>	<p>Pedazos de piña y papaya deshidratadas</p>	
<p><i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i></p>						

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.