

Estudio de mercado para frutas y hortalizas frescas y congeladas en Irlanda

prom
perú

Promperú, JULIO 2025

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

Subdirección de Inteligencia de Mercados

Departamento de Inteligencia de Mercados

Coordinador: Franck Pucutay

Elaborado por: ELEVEN MARKETS

Diseño de portada y contraportada: Promperú

Nota legal

Toda información, dibujos, gráficas y tablas contenidas en el presente documento son proporcionadas únicamente con fines informativos

Estudio de mercado frutas y hortalizas frescas y congeladas

Irlanda

I. RESUMEN EJECUTIVO

El “Estudio de Mercado e Identificación de Compradores para Frutas Frescas y Hortalizas Congeladas Peruanas en Irlanda” analiza de manera integral el potencial de inserción, expansión y consolidación de la oferta agroexportadora peruana en un mercado europeo altamente estructurado, dependiente de importaciones y cada vez más orientado a la salud, sostenibilidad y conveniencia.

Las agroexportaciones peruanas superaron los USD 10,181 millones en 2023, más que duplicando los niveles de una década atrás, pese a disrupciones logísticas y fenómenos climatológicos (Yaku, El Niño) que tensionaron producción y transporte; ello confirma resiliencia y diversificación progresiva de la canasta, con liderazgo en uva, arándano, palta y otros superfoods. Este desempeño refuerza la necesidad de abrir y profundizar nichos en mercados de alto valor como Irlanda, alineando ventanas contra estacionales y atributos de diferenciación (calidad, certificaciones, sostenibilidad).

El estudio cubre un portafolio de frutas frescas (uvas, arándanos, paltas, mangos, cítricos, granada, pitahaya, jengibre, espárrago, cebolla, ajo, entre otros) y hortalizas/frutas procesadas o congeladas (mango, pulpa de maracuyá, palta, berries, fresa, piña, açai), mapeando partidas arancelarias Perú–UE y requisitos normativos aplicables. La metodología combinó fuentes secundarias (estadísticas comerciales, planes sectoriales, publicaciones especializadas) y fuentes primarias mediante 20 entrevistas a importadores, distribuidores, retailers y operadores integrados en Irlanda para perfilar criterios de compra, percepción de origen y brechas de entrada.

El consumidor irlandés evidencia alta conciencia de salud, pero mantiene una brecha entre consumo real ($\approx 2.9\text{--}3.9$ porciones) y recomendaciones (5–7 diarias); sólo el 28% alcanza cinco porciones en 2024 (\downarrow desde 34% en 2019), configurando espacio para estrategias que impulsen variedad y conveniencia (fresco y congelado).

Factores de decisión clave: precio (aprovechando IVA 0% en frutas/verduras), apariencia/frescura, origen (preferencia local y orgánico), certificaciones y sostenibilidad, además de formatos listos para consumir y soluciones de ahorro de tiempo (frutas/verduras cortadas, congeladas para smoothies). Se registra preferencia persistente por categorías tradicionales (manzanas, bananas, cítricos) pero crece la apertura a exóticos y berries, junto con un aumento en la consideración de dietas plant-based y reducción del desperdicio alimentario.

La distribución está dominada por grandes cadenas (Tesco, Dunnes, SuperValu, Aldi, Lidl) y mayoristas especializados/importadores que aseguran continuidad y trazabilidad; los mercados locales complementan percepción de frescura y nichos premium.

El canal online y formatos de conveniencia amplían el acceso, mientras que la dependencia histórica de importaciones crea ventanas para orígenes de hemisferio sur con logística fiable y certificaciones robustas.

Respecto al panorama competitivo y percepción de Perú, el ecosistema irlandés revela diversidad de modelos (importadores, distribuidores, integradores, procesadores, retailers, servicios B2B corporativos), con énfasis transversal en calidad uniforme, sostenibilidad, trazabilidad y relaciones de largo plazo. Aunque varios actores aún carecen de experiencia directa con productos peruanos, existe validación positiva de

aquellos que ya importan (mangos, paltas, goldenberries, arándanos, café) destacando confiabilidad, calidad y cumplimiento de estándares.

Las ventajas competitivas de la oferta peruana se dan en:

- **Contra estacionalidad:** Capacidad de abastecer en meses de menor producción europea en mango, uva, palta, arándano, espárrago y cítricos.
- **Diversificación y Volumen Escalable:** Amplia canasta de frescos y congelados (pulpa de maracuyá, arándanos, palta y mango congelado) que responde a tendencias de conveniencia y funcionalidad.
- **Certificaciones y Estándares:** Experiencia sectorial consolidada en Global G.A.P., orgánicas, sostenibilidad (Rainforest Alliance, comercio justo) y sistemas de inocuidad (BRC, HACCP), cada vez más valorados por compradores irlandeses.
- **Innovación y Sostenibilidad en Procesos y Empaques:** Casos de uso de empaques compostables y soluciones de frío integradas potencian narrativa de origen responsable.

El mercado prioriza proveedores europeos consolidados (España, Países Bajos, Francia, Bélgica, Polonia) pero mantiene apertura para orígenes alternativos que garanticen continuidad, calidad diferenciada y storytelling de sostenibilidad. Las frecuencias de compra (semanal, quincenal, mensual) obligan a una planificación logística fina, integrando tracking de cadena de frío y cumplimiento documental (GlobalG.A.P., BRC, orgánico, trazabilidad) como umbral de entrada, no ventaja diferenciadora.

El presente “ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACION DE COMPRADORES PARA FRUTAS FRESCAS Y HORTALIZAS CONGELADAS PERUANAS EN IRLANDA” está basado en el compendio de la información sectorial de los dos países de estudio, Perú e Irlanda pero con especial atención a la *identificación de oportunidades comerciales en Irlanda* para los productos peruanos (véase tabla) indicando los perfiles de potenciales empresas importadoras con interés en el producto/os que ofrece Perú y con capacidad decisoria para llevar a cabo los procesos de importación necesarios al efecto.

Tabla: Partidas Arancelarias

	Producto
080610	Uvas frescas
081040	Arándanos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
081090	Granada fresca/ maracuyá fresco/ granadilla fresca/Pitahaya
080521	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas, w. Murcott, Nova)
080529	Mandarinas wilkings e híbridos similares de agrios (críticos) excepto tangelo
080550	Limonos "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos (Taihi, otros)
080510	Naranjas, frescas o secas (Tangelo)
080410	Dátiles
070920	Espárragos frescos
070310	Cebollas frescas
070320	Ajos frescos
091011	Jengibre fresco
081190	Mango congelado
081190	Pulpa de maracuyá
081190	Palta congelada
081190	Arándanos congelados
081111	Fresas, frutillas congeladas, piña, açai
080430	Piña congelada

Fuente: SUNAT

Metodología de estudio

Etapas en las que se ha llevado a cabo el estudio:

Fuentes secundarias

Se corresponde con el denominado trabajo de investigación, donde se ha estudiado y validado la información estadística o bibliográfica que ha permitido identificar los factores clave del sector en cada país y los actores más relevantes en el área de la comercialización de la fruta y verdura fresca, concretando en los productos elegidos para el estudio.

Además, se han trabajado otro tipo de fuentes secundarias como distintas las de instituciones públicas relacionadas con el sector hortofrutícola, además del estudio de publicaciones sectoriales de revistas y

asociaciones de frutas y verduras y organismos públicos tanto de naturaleza cuantitativa con datos de producción, importaciones y comercio, como cualitativas como planes agro estratégicos en el desarrollo económico de ambos países.

Fuentes primarias

Una vez identificados los actores principales de cada país se ha procedido a la obtención de información directa procedente de los mismos, atendiendo tanto a datos de tipo cuantitativo como cualitativo, obtenido una mayor profundidad a través de:

Entrevistas: Realización de 20 entrevistas a empresas de los países de estudio con el fin de complementar la información del trabajo de fuentes secundarias y encuestas, obteniendo información cualitativa y descriptiva.

El objetivo es crear un perfil comprador para obtener los criterios claves en la elección del potencial comprador y a la vez ofrecer información de calidad sobre las empresas y oferta peruana de los distintos productos, bien para generar interés en nuevos productos exportables o bien para incitar al cambio de proveedor de los ya importados por las empresas irlandesas.

III. ANÁLISIS DEL PRODUCTO(S)

3.1 Descripción del producto(s)

Frutas y hortalizas frescas

1. Uvas frescas

Las uvas frescas peruanas son ampliamente valoradas en los mercados internacionales por su calidad y diversidad varietal. Perú se ha establecido como uno de los principales exportadores de uvas en Sudamérica, con destinos clave en Estados Unidos, Europa y Asia. Entre las variedades más enviadas al exterior sobresalen la red globe y las uvas sin semillas, que han tenido una creciente popularidad en los mercados globales.

La producción nacional de uvas se concentra en regiones como Ica, Piura y La Libertad, donde se utilizan tecnologías avanzadas de cultivo que garantizan altos estándares de calidad. La estacionalidad de este producto en Perú posibilita su recolección entre los meses de octubre y abril, lo que representa una ventaja competitiva en mercados donde la oferta local es limitada en dicho periodo. En 2023, las exportaciones de uva desde Perú exceden las 500 mil toneladas, afirmando al país como un proveedor clave en el comercio internacional de esta fruta.

2. Arándanos, mirtilos y frutos del género Vaccinium frescos

Los arándanos peruanos han experimentado un crecimiento considerable en los últimos años, estableciendo al país como el mayor exportador mundial de esta fruta. La oferta exportable de arándanos se ha diversificado en cuenta a variedades y certificaciones de calidad, lo que ha permitido su posicionamiento en mercados exigentes como Estados Unidos y la Unión Europea.

La cultivación de arándanos se encuentra principalmente en las regiones de La Libertad, Lambayeque y Áncash, donde las condiciones climáticas favorecen su desarrollo. Su temporada de cosecha, que ocurre entre agosto y marzo, permite a Perú suministrar mercados en momentos clave, cuando la disponibilidad de otros países competidores es restringida. En 2023, las exportaciones peruanas de arándanos superaron las 250 mil toneladas, reafirmando la importancia de este producto en la canasta exportadora del país.

3. Aguacates (paltas), frescos o secos

Los aguacates peruanos han conseguido una notable presencia en mercados europeos y asiáticos, siendo la variedad Hass la más demandada. La oferta exportable de aguacates peruanos ha aumentado notablemente debido a su calidad y consistencia en el suministro.

La producción nacional de aguacates se encuentra principalmente en La Libertad, Áncash y Lima, donde las condiciones agroclimáticas permiten obtener frutos de alta calidad. Su temporada abarca de marzo a septiembre, tiempo en el que la demanda internacional es elevada. Durante 2023, se enviaron al exterior más de 700 mil toneladas de aguacates peruanos, mostrando una tendencia de crecimiento constante.

4. Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos

Estos frutos son muy valorados en el mercado internacional debido a su alto contenido nutricional y su sabor exótico. Perú ha aumentado su producción y exportación de estos artículos, destacando el mango, cuya variedad Kent es la más solicitada.

La producción nacional se concentra principalmente en las regiones de Piura, Lambayeque y Áncash, donde el clima cálido permite obtener frutas de excelente calidad. Su cultivación se lleva a cabo entre noviembre y marzo, periodo en el cual la oferta de otros productores es limitada, lo que le da a Perú una ventaja competitiva.

En 2023, las exportaciones de mango fresco superaron las 150 mil toneladas, con mercados principales en Estados Unidos, Países Bajos, España y Corea del Sur. En contraste, las exportaciones de guayaba y mangostán son aún reducidas, aunque representan una oportunidad para nichos específicos del mercado.

5. Granada fresca/ maracuyá fresco/ granadilla fresca/Pitahaya

Frutas exóticas como la granada, el maracuyá, la granadilla y la pitahaya, productos que han ganado reconocimiento debido a su valor nutricional y versatilidad en la industria alimentaria.

La producción de granada en Perú se lleva a cabo principalmente en las regiones de Ica y Lima, donde las características de suelo y clima favorecen su cultivo. La recolección ocurre entre marzo y julio, con un máximo de exportaciones entre abril y junio, logrando en 2023 un total de 45,000 toneladas enviadas al exterior.

En contraste, el maracuyá y la granadilla tienen una producción constante a lo largo del año, con volúmenes altos entre abril y septiembre. La creciente demanda de estos frutos ha permitido consolidar sus exportaciones en mercados como Estados Unidos y la Unión Europea. En el caso de la pitahaya, aunque su producción aún es emergente en regiones como Amazonas y San Martín, ha despertado interés en mercados asiáticos debido a su alto contenido de antioxidantes y propiedades funcionales.

6. Mandarinas y sus variedades híbridas

Perú envía al exterior dos variedades principales de mandarinas: la satsuma y sus híbridos como la Wilking, Nova y Murcott. Estos cítricos se pueden dividir en 2 principales categorías, de acuerdo con su periodo comercial: Las mandarinas tempranas y tardías.

En las tempranas se reconocen variedades como la Satsuma y la Clementina. Estas, se exportan mayormente entre marzo y julio. Mientras que en las tardías se hallan Murcott, Nadorcott, Fortuna, Nova y Primosole, las cuales suelen exportarse entre junio y septiembre.

La producción se realiza principalmente en las zonas de Lima, Ica y Junín. En 2023, las exportaciones de mandarinas y sus híbridos lograron las 150 mil toneladas, siendo Europa y Estados Unidos los principales mercados receptores.

7. **Limonos y Limas**

Los limones (*Citrus limon*, *Citrus limonum*) y las limas (*Citrus aurantifolia*, *Citrus latifolia*), son productos muy solicitados en los mercados internacionales por su versatilidad y aplicaciones en la industria alimentaria y cosmética. La solicitud de limones y limas ha crecido a causa del creciente apetito por productos naturales en la cocina global y en el sector del bienestar. Perú se destaca como un importante exportador de limas Tahití, destacándose Piura como la región líder en producción. Durante el año, la producción continua se basa en métodos agrícolas avanzados y en condiciones climáticas propicias que favorecen una recolección ininterrumpida.

En 2023, las exportaciones de limones y limas superaron las 30 mil toneladas, con Estados Unidos y Europa como principales destinos, donde se valoran por su frescura y calidad.

8. **Naranjas (Tangelo)**

Las naranjas frescas y tangelos son cítricos que han visto un aumento en sus exportaciones peruanas debido a la creciente preferencia por frutas frescas y saludables. La producción se ubica en la costa central de la nación, donde el clima y el suelo favorecen un gran rendimiento.

Las cosechas ocurren de mayo a septiembre, y la calidad de estas frutas está respaldada por certificaciones que satisfacen estándares internacionales. En 2023, Perú exportó más de 20 mil toneladas, con mercados principales en Norteamérica y Europa, favorecidos por tratados comerciales que eliminan barreras arancelarias.

9. **Dátiles**

Los dátiles frescos han experimentado un aumento en su demanda internacional debido a su rico valor nutricional y su aplicación en la industria de productos alimenticios saludables.

A pesar de que la producción en Perú es reducida, el clima en algunas áreas, como Ica, brinda oportunidades para el cultivo de dátiles. Se han implementado proyectos para optimizar las técnicas de cultivo y cosecha, lo que podría aumentar la producción local.

En la actualidad, la oferta destinada a la exportación se origina mayormente de importaciones y reexportaciones hacia nichos de mercado, y en 2023 Perú logró exportar alrededor de 620 toneladas.

10. **Espárragos**

Estas hortalizas constituyen uno de los productos agrícolas más importantes que exporta Perú.

La nación se destaca a nivel mundial en la producción y exportación de espárragos frescos, debido a su clima favorecedor y su experiencia en técnicas avanzadas de cultivo. La recolección de espárragos ocurre durante todo el año, aunque se intensifica entre abril y agosto, momento en el que la calidad es mejor. Además, el cultivo de espárragos se concentra en las localidades de Lambayeque, La Libertad, Áncash, Lima e Ica.

En 2023, las ventas externas de espárragos frescos de Perú llegaron a las 100 mil toneladas, teniendo a Estados Unidos y Europa como los principales destinos, donde la demanda sigue siendo alta debido a las cualidades saludables del producto.

11. **Cebollas**

Las cebollas frescas poseen una producción considerable en Perú, donde zonas como Arequipa y La Libertad han creado una infraestructura agrícola que puede satisfacer la demanda en aumento. Su estacionalidad se centra entre julio y diciembre; no obstante, la constante aplicación de técnicas agrícolas posibilita ciertos niveles de producción fuera de estos meses. En 2023, las exportaciones alcanzaron las

120 mil toneladas, dirigidas a mercados como Estados Unidos y Europa, donde las cebollas peruanas son valoradas por su frescura y sabor.

12. **Ajos**

Los ajos constituyen un producto fundamental en la canasta agroexportadora del Perú, que ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años. La producción se enfoca en Arequipa y La Libertad, donde las condiciones climáticas favorecen una recolección abundante entre junio y noviembre.

En 2023, las exportaciones sobrepasaron las 20 mil toneladas, con mercados importantes en Latinoamérica y Europa, que demandan productos de excelente calidad y sabor. Asimismo, ha crecido el interés por las características beneficiosas del ajo, lo que podría impulsar aún más las exportaciones.

13. **Jengibre**

El jengibre fresco ha tenido un notable aumento en las exportaciones peruanas debido a su fama en la gastronomía internacional y en la industria de productos naturales. Junín se destaca como la región líder en producción, y las técnicas agrícolas han avanzado notablemente, posibilitando cosechas a lo largo del año.

En 2023, las ventas de jengibre fresco al extranjero alcanzando las 80 mil toneladas, teniendo a Estados Unidos y la Unión Europea como principales destinos, fomentadas por el aumento del mercado de alimentos saludables.

Productos congelados

1. **Mango Congelado**

El mango congelado es un producto muy solicitado en la industria de alimentos elaborados y en el sector de bocadillos saludables. La producción de mango en el país se centra en Piura, sin embargo, el cultivo de mangos peruanos destinados a congelados se concentra en las regiones de Áncash, Lambayeque y Lima con recolecciones entre noviembre y marzo, lo que asegura una oferta suficiente para cubrir la creciente demanda.

En 2023, las ventas de mango congelado llegaron a más de 100 mil toneladas, siendo valorizados en Norteamérica, la Unión Europea y Asia por la calidad tropical de los mangos de Perú.

2. **Pulpa de Maracuyá**

Perú es el principal exportador de maracuyá en el mundo, superando a Colombia y Ecuador. como principal mercado a Países Bajos.

La producción nacional se localiza en Lima, Ica y Piura, donde se han elegido cultivos dirigidos a la exportación, con disponibilidad durante todo el año. La temporada de maracuyá en Perú abarca de diciembre a mayo, con el pico en febrero, marzo y abril.

En 2023, las exportaciones de pulpa de maracuyá excedieron las 100 mil toneladas, y su creciente aceptación puede beneficiarse del aumento en la demanda de productos naturales.

3. **Palta congelada**

La palta congelada ha experimentado un aumento en su demanda en los últimos años por el crecimiento del consumo saludable, debido a que la palta es un alimento altamente apreciado por sus beneficios nutricionales. La producción nacional de paltas se concentra en La Libertad y Áncash, con cosechas llevadas durante todo el año, pero con puntos máximos entre marzo y junio. Gracias a las avanzadas técnicas de conservación y congelación, los fabricantes pueden proporcionar un producto de excelente calidad en el mercado global, manteniendo sus nutrientes y sabor. En 2023, las exportaciones de palta congelada alcanzaron más de 40 mil toneladas, y debido al auge de la dieta plant-based, esta cifra podría

incrementarse en los próximos años, particularmente en mercados como Estados Unidos y Europa, donde la demanda por este alimento continúa en crecimiento.

4. Arándanos congelados

Los arándanos congelados han experimentado un notable aumento en su demanda a nivel mundial, motivado por la inclinación hacia dietas más sanas y llenas de antioxidantes. La producción nacional se centraliza en La Libertad y Lambayeque, donde las condiciones climáticas favorecen este cultivo. La recolección se lleva a cabo entre agosto y marzo, y los agricultores han incorporado tecnologías de cultivo que optimizan el rendimiento y la calidad del fruto. En 2023, las exportaciones lograron llegar a 90 mil toneladas, con Norteamérica y Europa como los principales mercados.

5. Fresas, Frutillas Congeladas, Piña y Açaí

Estos productos son muy solicitados en el sector de alimentos congelados, especialmente por su aplicación en la preparación de smoothies y otros productos elaborados. La producción de fresas y frutillas se encuentra en zonas costeras y de sierra del país, donde las condiciones de altitud contribuyen a un sabor excepcional. La cosecha de fresas peruanas en la costa se produce de junio a diciembre y en la sierra de noviembre a agosto. Desde 2021, el mercado de la fresa congelada peruana está en expansión, su última campaña tuvo un incremento de un 72%, teniendo como principal destino a Estados Unidos y Canadá.

La piña y el açaí, por otro lado, tienen una producción más estable a lo largo del año, aunque se desarrolla fundamentalmente en Junín, Loreto, La Libertad y el Amazonas, lo que permite una oferta constante. En 2023, las exportaciones de estos productos alcanzaron las 50 mil toneladas, teniendo como principal mercado a Estados Unidos.

3.2 Partida arancelaria

Tabla: Partidas Arancelarias Perú y UE

Producto	Partida Arancelaria Perú	Partida Arancelaria UE
Uvas frescas	0806.10.00	0806.10.00
Arándanos, mirtilos y frutos del género <i>Vaccinium</i> frescos	0810.40.00	0810.40.00
Aguacates (paltas), frescos o secos	0804.40.00	0804.40.00
Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Guayabas: 0804.50.10 Mangos / mangostanes: 0804.50.20	0804.50.00
Granada fresca/ maracuyá fresco/ granadilla fresca/Pitahaya	Maracuyá / granadilla: 0810.90.10 Pitahaya: 0810.90.40	0810.90.00
Mandarinas y sus variedades híbridas	0805.21.00	0805.21.00
Limonas y Limas	Limonas sutil, común, criollo: 0805.50.21 Lima Tahití: 0805.50.22	0805.50.00
Naranjas (Tangelo)	Naranjas: 0805.10.00 Tangelo: 0805.29.10	0805.10.00
Dátiles	0804.10.00	0804.10.00
Espárragos	0709.20.00	0709.20.00
Cebollas	0703.10.00	0703.10.00
Ajos	0703.20.90	0703.20.00

Jengibre	0910.11.00	0910.11.00
Mango Congelado	0811.90.91	0811.90.00
Pulpa de Maracuyá	0811.90.94	0811.90.00
Palta congelada	0811.90.99	0811.90.00
Arándanos congelados	0811.90.99.00	0811.90.00
Fresas, Frutillas Congeladas, Piña y Açaí	Fresas / frutillas congeladas: -Con azúcar u otro edulcorante: 0811.10.10 - Sin adición de azúcar: 0811.10.90 Açaí (frutas congeladas no especificadas): 0811.90.99.00	0811.10.00

Fuente: elaboración propia

3.3 Oferta Exportable Perú

La exportación de frutas frescas y hortalizas a la Unión Europea (UE) sumó más de 2,400 millones de dólares durante el 2024. Estos datos se ven apoyados por dos factores claves que son:

1. La calidad de los productos peruanos, debida en gran parte por las unas geográficas privilegiadas.
2. La consolidación de Perú como un actor clave en el sector hortofrutícola a nivel mundial.

La exportación de productos agrícolas peruanos, que durante mucho tiempo estuvo centrado en pocos productos, está más diversificada que nunca. Sin embargo, en las últimas campañas se generaron nuevos retos que complicaron la expansión del sector agroexportador. Los fenómenos climatológicos han sido uno de los grandes determinantes en la producción nacional y el transporte agrícola.

Dadas estas condiciones, las agroexportaciones peruanas aún ha podido sostener su crecimiento. Tan solo en el 2023, se llegaron a exportar más de US\$ 10,181 millones, más del doble de lo que se exportó hace una década atrás.

Perú ha podido mantener su liderazgo en la exportación de diversos productos como el arándano, la uva o la quinua. Además de sostenerse como un importante proveedor de otros importantes productos como lo son el café y la palta. Con ello, el Perú se mantiene como referente de toda la región junto a competidores directos como Chile y Brasil.

Gracias a este mantenimiento, la agricultura es el segundo sector que más contribuye a las exportaciones del país, con casi 18% de participación, solo siendo superado por el sector minero.

Convirtiéndose en una de las actividades que más empleos sostiene, con más de 1.7 millones de personas en el sector en el 2023, además de hacerlo de una manera descentralizada. Esto convierte a la agroexportación en una herramienta importante en la lucha contra la desigualdad y en un motor para el desarrollo de las regiones.

En el 2023, los retos del macroentorno fueron superados por los productos líderes de la oferta agroexportadora. Después de los duros momentos generados por la pandemia y la gran crisis logística mundial, la región fue afectada por fenómenos climatológicos como el huracán Yaku y el fenómeno del Niño que trajo consigo altas temperaturas y precipitaciones anormales en zonas productivas claves para el Perú.

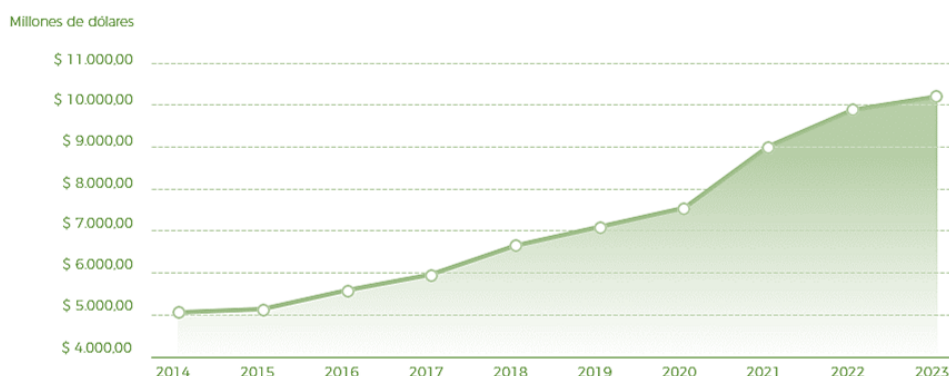
Pese a ello, los productos líderes lograron destacar un año más al imponer nuevas cifras en envíos en un período anual.

En el caso de la **uva**, este totalizó cerca de 663 mil toneladas por un valor de US\$ 1,793 millones, registrando un impresionante crecimiento del 16% en volumen y 28% en valor.

El **arándano** también pudo cerrar positivamente el 2023 al conseguir envíos por 226 mil toneladas por un valor cercano a los US\$ 1,744 millones de dólares. A pesar de haberse reducido 23% en volumen, los buenos precios permitieron compensar generando un crecimiento total de 21% en el valor.

Es importante destacar que una vez más se muestra evidencia de la importancia de generar el máximo valor posible en los cultivos y aprovechar al máximo la privilegiada localización geográfica que posee el Perú.

Imagen: Evolución de las exportaciones de Perú



Fuente: elaboración propia

Tabla: Top 25 productos exportados de Perú

Top 25 de productos exportados		
Uva	Arándano	Palta
Café	Espárrago	Mango
Cacao	Mandarina	Paprika
Alcachofa	Banano	Jengibre
Cebolla	Quinua	Granada
Frijol	Limón	Maracuyá
Fresa	Aceituna	Piquillo
Tomate	Morón	Ajo
Arveja		

UVAS

La uva, uno de los principales productos representativos del Perú en el sector agrícola, ocupó el primer lugar dentro de la oferta exportadora en el 2023.

En dicho año, las remesas sumaron 663,047 toneladas por US\$ 1,793 millones. En comparación con el año previo, las cifras aumentaron 16% en volumen y 28% en valor. El precio promedio fue de US\$ 2.70 el kilogramo, siendo 10% mayor que el año pasado. Por el lado de las variedades de uva exportadas, la principal fue la Sweet Globe seguida por la Red Globe y Autumn Crisp.

En el año, la uva peruana llegó a 57 países, de los cuales tres de ellos concentraron cerca del 66% del total de los envíos. Estos fueron los Estados Unidos, seguido por los Países Bajos y México con un 48%, 11% y 8% de participación, respectivamente.

ARANDANOS

El arándano es el segundo producto más importante de la oferta agroexportadora, con US\$ 1,744 millones exportados.

El arándano tuvo que superar dificultades en 2023 debido a problemas climáticos, afectando su producción. A pesar de ello, se enviaron 226,761 toneladas de arándanos por un valor de US\$ 1,744 millones, lo que representó un 23% menos en volumen, pero 21% más en valor comparado con el año anterior. El precio promedio alcanzó US\$ 7.69 por kilogramo, un aumento del 57%, siendo uno de los más altos en la agroexportación.

La variedad Ventura fue la más exportada, con el 98% de los envíos en formato fresco, seguida por la Biloxi y Sekoya. Asimismo, la presentación que más se envió fue la fresca (98%), seguido por la congelada (1%) y la procesada con el restante.

De los 54 destinos que llegó el producto, los principales fueron los Estados Unidos (57%), Países Bajos (21%) y China (7%), agrupando más del 85% de participación.

PALTA

Durante el año 2023 la palta logró escalar un puesto en el podio de los principales productos de la oferta agroexportadora nacional con 661,561 toneladas enviadas por US\$ 1,093 millones. En comparación con el año pasado, las cifras aumentaron 3% en volumen y 6% en valor.

El precio promedio fue 3% mayor, dejándolo en US\$ 1.65 el kilogramo. Por el lado de las variedades de palta exportadas, la principal exportada siguió siendo con diferencia la Hass, seguida por la Fuerte y Zutano. En cuanto a la presentación más comprada, esta fue la fresca, con casi el 94% de todas las adquisiciones; seguida por la congelada, con el 5%; dejando el mínimo restante a la procesada.

En el año, este producto llegó a 52 destinos, de los cuales tres de ellos concentraron cerca del 63% del total de los envíos. Estos países fueron los Países Bajos, con el 30% de participación; seguido por España, con el 18%; y los Estados Unidos, con el 15%.

ESPÁRRAGO

Las exportaciones de espárrago llegaron a sumar 129,119 toneladas US\$ 506 millones durante el 2023. Al comparar con las cifras del 2022, esto fue 25% menos en volumen y 2% menos en valor; sin embargo, el producto se mantuvo en la quinta posición dentro de los productos más enviados. En cuanto al precio, este fue 31% mayor, cotizándose en US\$ 3.92 el kilogramo.

Por otro lado, el espárrago que más se envió fue el verde, con más del 80% de participación, seguida por el blanco. Dentro de las presentaciones enviadas, la fresca fue la que más destacó, representando el 78%

de todos los envíos, seguido por el procesado, con el 18% de participación, dejando el restante a su presentación congelada.

Durante el año, este producto llegó a 47 destinos, siendo los tres principales los Estados Unidos con una concentración del 57% del total de las exportaciones; seguido por España, con un 15%; y el Reino Unido, con el 6%.

MANGO

Al mango tampoco le fue muy bien en el 2023, pero pudo mantener su posición en dicho año. Las exportaciones del producto sumaron 283,348 toneladas por US\$ 408 millones, lo cual fue 19% menos en volumen y 16% menos en valor que el 2022. Sin embargo, el precio promedio pudo subir 5%, dejando a la fruta en US\$ 1.44 el kilogramo. Por otro lado, el mango que más se exportó fue de variedad Kent, acaparando casi la mayor parte de los envíos, seguida por la Edward y Ataulfo, representando a penas el 2% y 1%, respectivamente.

Durante el año, esta fruta llegó a 50 destinos alrededor del mundo. Estos fueron los Estados Unidos, con una concentración del 31% del total de las exportaciones; seguido por los Países Bajos, con el 23%; y España, con el 7%.

Imagen: Exportaciones uva



Fuente: Report 2024 Agap

Imagen: Exportaciones arándanos y palta



Fuente: Report 2024 Agap

Imagen: Exportaciones espárrago y mango



Fuente: Report 2024 Agap

Fruta congelada

En el 2021, las exportaciones peruanas de fruta congelada sumaron US\$ 317.9 millones, lo que significó un crecimiento de 20.1%.

Las empresas del sector agroindustrial peruana tienen una gran oportunidad en el mercado de frutas y vegetales congelados y preparados, debido a que el mercado mundial demandante de estos productos crecerá entre el 2024 (US\$ 340 mil millones) y 2028 (US\$ 431 mil millones) en una tasa promedio anual de 6.1%.

Es un hecho que la exportación de frutas y hortalizas en conserva o congeladas del Perú alcanzó los US\$ 1,400 millones en el 2023 (-5.7% frente al 2022).

Mango

En esa línea, destacó que Perú ha ido incrementando año tras año el porcentaje de ventas en la exportación de mango congelado, específicamente entre un 15 a 20%.

En la última temporada la industria presentó tan solo un 35% del volumen exportado de lo que se proyectaba, con precios muchos más altos, debido al costo alto de la materia prima.

La industria proyecta un adelanto en la cosecha de mango, que empezaría en octubre, “por lo que tenemos hay buena expectativa que habrá una muy buena temporada de mango en general en Perú esta campaña y, por consiguiente, también sería una muy buena temporada de mango congelado

Como peculiaridad es interesante conocer que el sabor del mango peruano tiene la particularidad de tener un gran equilibrio entre dulce y ácido, transformándolo en un producto muy atractivo y de preferencia entre los consumidores de la Unión Europea, Estados Unidos e, incluso, Asia.

Respecto a los precios, hubo un precio promedio de 2,90 dólares aproximadamente en la temporada pasada.

El principal destino del mango congelado es Estados Unidos y Europa.

Berries

En el caso de los berries, Perú exporta principalmente fresas y arándanos congelados y destinan entre un 15 a 20% de la fruta a la industria del congelado.

El principal destino de los berries es Europa.

En el caso de las fresas, es el tercer año que producen fresas congeladas y proyectan seguir creciendo en el negocio.

Tabla: Principales productos exportados del Perú al mundo

Principales productos exportados de Perú al mundo en valor y toneladas						
Producto	2022 (Valor millones USD)	2022 (Toneladas)	2023 (Valor millones USD)	2023 (Toneladas)	2024 (Valor millones USD)	2024 (Toneladas)
Arándanos	1,300	277,000	1,400	285,000	1,500	295,000
Uvas frescas	1,400	530,000	1,500	545,000	1,600	560,000
Paltas (aguacates)	900	460,000	950	475,000	1,000	490,000
Mangos	280	230,000	290	235,000	300	240,000
Espárragos	290	95,000	280	92,000	270	90,000

Cítricos (mandarinas)	250	220,000	260	225,000	270	230,000
Plátano	180	200,000	185	205,000	190	210,000

Fuente: elaboración propia

Conclusiones sobre la oferta exportable de Perú en el Mundo

Los productos con mayor potencial de exportación de Perú al Mundo son los siguientes representados en la tabla.

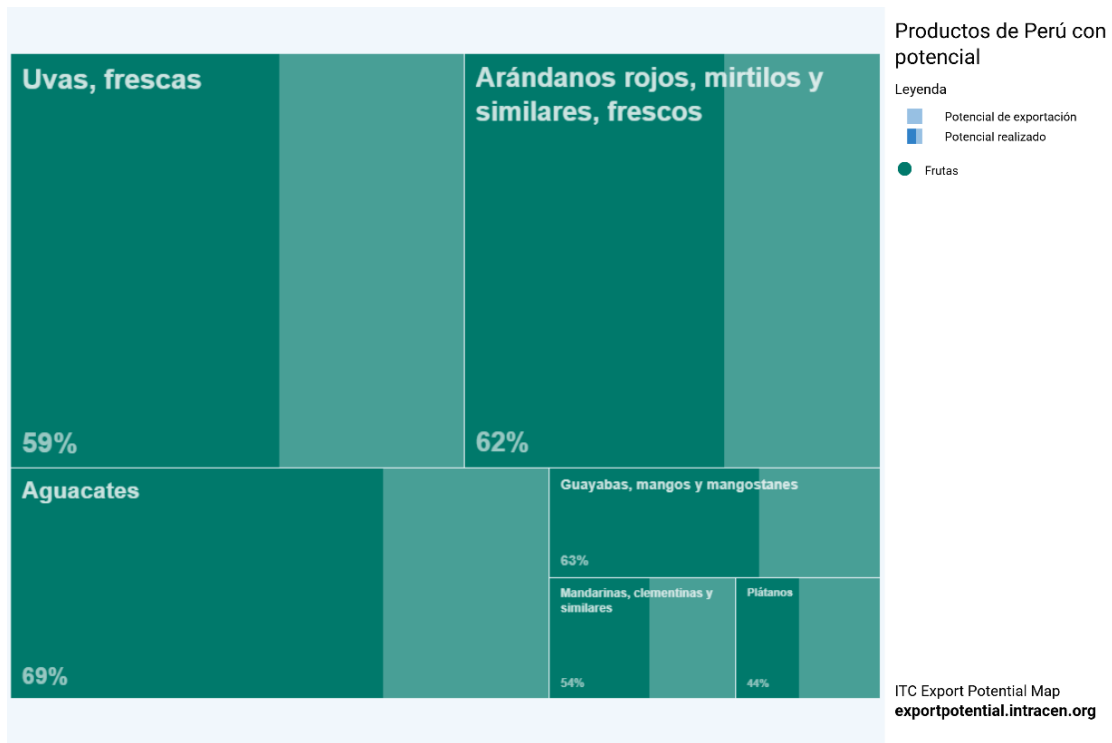
Se puede observar el potencial de exportación que ya ha sido explotado y, por lo tanto, un indicador del espacio para crecimiento de las exportaciones.

Imagen: Potencial exportación radial



Fuente: ITC Export Trade Map

Imagen: Potencial exportación porcentual



Fuente : ITC Export Potential Map

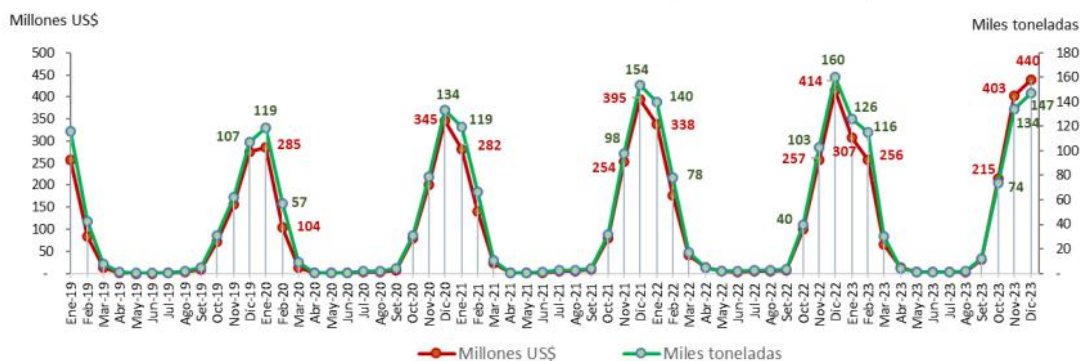
<p>080610 Uvas, frescas Potencial de exportación \$2.6 mm Exportaciones reales \$1.6 mm Potencial sin explotar restante en países individuales \$1.1 mm</p>
<p>081040 arándanos rojos, mirtilos y similares, frescos Potencial de exportación \$2.4 mm Exportaciones reales \$1.5 mm Potencial sin explotar restante en países individuales \$887 m</p>
<p>080450 Guayabas, mangos y mangostanes Potencial de exportación \$497 m Exportaciones reales \$388 m Potencial sin explotar restante en países individuales \$181 m</p>
<p>0805XX Mandarinas, clementinas y similares Potencial de exportación \$311 m Exportaciones reales \$270 m Potencial sin explotar restante en países individuales \$142 m</p>

3.3.1 Producción y estacionalidad del Perú

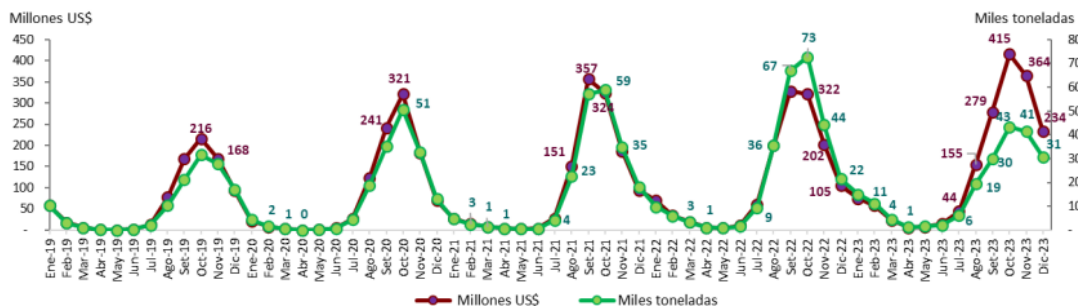
Atendiendo a los datos de SUNAT, en las gráficas se puede observar de forma particular la evolución de la estacionalidad de las exportaciones de Perú de tres de sus principales productos exportables, uvas frescas, arándanos frescos y palta fresca.

En la tabla que continúa se pueden observar los datos relativos a estos parámetros, así como a la producción de todos los productos objeto del estudio.

PERÚ: ESTACIONALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS, EN VALOR Y VOLUMEN, 2017-2022



PERÚ: ESTACIONALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE ARANDANOS FRESCOS EN VALOR Y VOLUMEN, 2019-2023



Fuente: SUNAT

PERÚ: ESTACIONALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PALTA FRESCA EN VALOR Y VOLUMEN, 2017-2022



Fuente: SUNAT

Tabla: Producción y estacionalidad de frutas y hortalizas en Perú

Producción y estacionalidad de Perú				
Producto	Partida Arancelaria	Producción	Estacionalidad	Exportación
Uvas frescas	0806.10.00	En 2023 se produjeron 766,000 toneladas de uva, de las cuales el 77% de la producción se destinó a la exportación y el 23% restante al consumo interno.	Su temporada se da entre los meses de octubre y abril.	Principales Mercados: -Estados Unidos -Países Bajos -China
Arándanos, mirtilos y frutos del género Vaccinium frescos	0810.40.00	En 2023 se produjeron 261,000 toneladas, de las cuales el 85% se destinó a la exportación y el 15% restante al consumo interno.	Su temporada se da entre los meses de agosto y marzo.	Principales mercados: -Estados Unidos -China -Europa
Aguacates (paltas), frescos o secos	0804.40.00	En 2023 se superaron las 911,000 toneladas. Esto indica que aproximadamente el 65.7% de la producción total se destinó a la exportación, mientras que el 34.3% restante se quedó para el consumo interno	Su temporada abarca de marzo a septiembre.	Principales mercados: -Países Bajos -España -Estados Unidos -Chile -Reino Unido
Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	0804.50.00	En 2023, Perú exportó aproximadamente 203,848 toneladas de mango fresco	Su temporada se da entre noviembre y marzo.	Principales mercados: -Estados Unidos -Países Bajos -España -Corea del Sur -Reino Unido

Producción y estacionalidad de Perú

Producto	Partida Arancelaria	Producción	Estacionalidad	Exportación
Granada fresca/ maracuyá fresco/ granadilla fresca/Pitahaya	0810.90.00	En 2023 Perú exportó: -44,865 toneladas de granada fresca. -17,221 toneladas de maracuyá. -38 toneladas de Granadilla. -101 toneladas de pitahaya.	Su temporada de volúmenes altos se da entre abril y septiembre.	Principales mercados: -Países Bajos -Reino Unido -Estados Unidos -España -Chile
Mandarinas y sus variedades híbridas	0805.21.00	En 2023 Perú alcanzó 621,000 toneladas, destino el 31,4% a la exportación y el porcentaje restante al consumo interno.	Su temporada se da según su periodo comercial: -Las tempranas (satsuma y la clementina) entre marzo y junio. -Las tardías (Wilking, Nova, etc.) entre junio y septiembre.	Principales mercados: -Estados Unidos -Países Bajos -Reino Unido
Limonos y Limas	0805.50.00	En 2023 Perú alcanzó las 322,000 toneladas, se destinó el 90.7% de la producción al consumo interno y el 9.3% a las exportaciones.	Su cultivo se da durante todo el año, especialmente enero-febrero y agosto-diciembre	Principales mercados: -Estados Unidos -Chile -Países Bajos -Reino Unido -Panamá
Naranjas (Tangelo)	0805.10.00	Se produjeron aproximadamente 484,000 toneladas de naranjas, se destinó el 96,4% al consumo interno y el 3.6 % a la exportación.	Su temporada de altos volúmenes se da entre abril y agosto.	Principales mercados: -Países Bajos -Reino Unido -Estados Unidos -República Dominicana

Producción y estacionalidad de Perú				
Producto	Partida Arancelaria	Producción	Estacionalidad	Exportación
				-Panamá
Dátiles	0804.10.00	En 2023 se alcanzaron 623 toneladas, del cual se exportó el 96.6 %.	Su temporada de producción se da entre marzo y agosto.	Principales mercados: -Países Bajos -Reino Unido -Francia -Estados Unidos -Canadá
Espárragos	0709.20.00	En el año 2023, las exportaciones de espárragos frescos de Perú alcanzaron un volumen de 97,969 toneladas	La producción se mantiene durante todo el año, pero la cosecha más abundante se concentra en los meses de febrero a agosto.	Principales mercados: -Reino Unido -Estados Unidos -España -Países Bajos -Bélgica
Cebollas	0703.10.00	En el año 2023, la producción de cebollas alcanzó las 537,000 toneladas, donde el 52% se destinó a las exportaciones y el resto al consumo interno.	La cosecha de cebollas peruanas se concentra principalmente entre los meses de febrero y agosto	Principales mercados: -Estados Unidos -España -Colombia
Ajos	0703.20.00	En el 2023, las exportaciones de ajo ascendieron a 18,719 toneladas	Su temporada de cosecha se da entre octubre y enero, con picos de exportación en octubre y noviembre.	Principales mercados: -México -Estados Unidos -Ecuador

Producción y estacionalidad de Perú

Producto	Partida Arancelaria	Producción	Estacionalidad	Exportación
Jengibre	0910.11.00	En 2023 se exportaron 75,679 toneladas de jengibre en 2023, lo que representa un aumento del 30% en volumen en comparación con 2022	La cosecha de jengibre generalmente ocurre entre mayo y octubre, con mayor volumen en los meses de junio a septiembre.	Principales mercados: -Estados Unidos -Países Bajos -Canadá
Mango Congelado	0811.90.00	En 2023 las exportaciones alcanzaron 24 mil toneladas, lo que representó una disminución a comparación del año pasado.	La producción de mango se concentra entre noviembre y marzo. Las exportaciones se dan principalmente enero y junio.	Principales mercados: -Estados Unidos -Canadá -Bélgica -Países Bajos
Pulpa de Maracuyá	0811.90.00	En 2023 se produjo 70 mil toneladas, de las cuales el 50% se exportó en forma de productos procesados. De este grupo el 22% fue maracuyá congelado.	La producción de maracuyá se da durante todo el año, pero hay mayores volúmenes durante febrero a mayo y septiembre a noviembre.	Principales mercados: -Países Bajos -Estados Unidos -Chile -Puerto Rico
Palta congelada	0811.90.00	En 2023 se produjo más de las 911 mil toneladas, de las cuales el 9% (82 mil toneladas) se congeló para su exportación.	La producción de palta se concentra principalmente entre los meses de abril y agosto. Esta estacionalidad influye para su congelación.	Principales mercados: -Estados Unidos -Países Bajos -China
Arándanos congelados	0811.90.00	En 2023 se exportaron alrededor de 200 mil toneladas. Aunque no se disponen de datos exactos, la mayoría de la exportación se dispone en estado fresco.	La temporada principal de cosecha y exportación se extiende de agosto a diciembre, con un pico en los meses de septiembre y octubre	Principales mercados: -Estados Unidos -Canadá -Países Bajos -Bélgica -Corea del Sur

Producción y estacionalidad de Perú				
Producto	Partida Arancelaria	Producción	Estacionalidad	Exportación
Fresas, Frutillas Congeladas, Piña y Açaí	0811.10.00	En 2023 Perú exportó: -33,830 toneladas de fresas congeladas. -De la piña y açaí no tenemos datos exactos y verídicos.	La fresa y la piña se cultivan durante todo el año. Sin embargo, la cosecha más intensa se concentra entre septiembre y enero. De la piña, entre enero a mayo y junio a diciembre. Y el açaí entre agosto y diciembre.	Principales mercados: -Estados Unidos -Canadá -México -Corea del Sur -Japón -Chile

Fuente: elaboración propia

IV. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL MERCADO DE DESTINO

Datos generales del sector en Irlanda

Irlanda tiene una población de 5.281.600 personas, de las cuales el 28,4% de la población total reside en Dublín. La fuerza laboral de Irlanda comprende 2.51 millones de personas (2021 est.), de las cuales el 5% trabaja en la agricultura (CIA World Factbook). La población goza de altos niveles de vida con una fuerza laboral envejecida.

Irlanda ocupa el puesto 40 en el mundo en términos de producto interno bruto (PIB) real, está orientada a la exportación y es una economía abierta. Irlanda ha creado un entorno favorable para los negocios para las empresas multinacionales. Además, la inversión extranjera directa redujo las perturbaciones económicas de Irlanda relacionadas con la pandemia de COVID.

La agricultura representa el 1,2 por ciento del PIB. Los principales productos agrícolas internos de Irlanda son los productos lácteos, la cebada, la carne de vacuno, el trigo y las patatas.

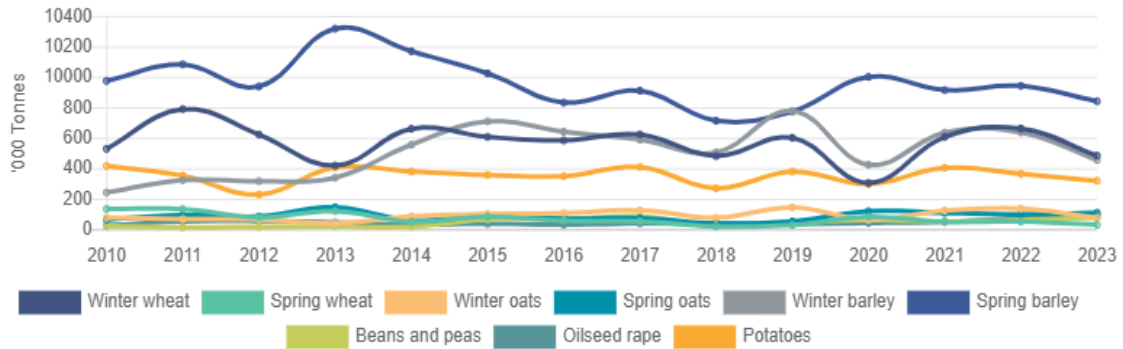
Sin embargo, aproximadamente el 66% de la tierra de Irlanda es agrícola, con un 51% como pasto permanente y un 15% en tierra cultivable (CIA World Factbook).

Los principales productos agrícolas de Irlanda son la leche, la cebada, la carne de vacuno, el trigo, las patatas, la carne de cerdo, la avena, las setas/trufas y el ganado ovino.

En 2023, según el informe Rendimiento y perspectivas de las exportaciones 2023-2024 de Bord Bia, los destinos de exportación de alimentos y bebidas de Irlanda se repartieron de forma relativamente equitativa entre los mercados internacionales (30 %), la UE (36 %) y el Reino Unido (34 %)

Irlanda es un importador nato de frutas, hortalizas, cereales y semillas oleaginosas. El Reino Unido es el principal exportador de productos agrícolas a Irlanda, seguido de Bélgica y Países Bajos.

Imagen: Principales cultivos en Irlanda



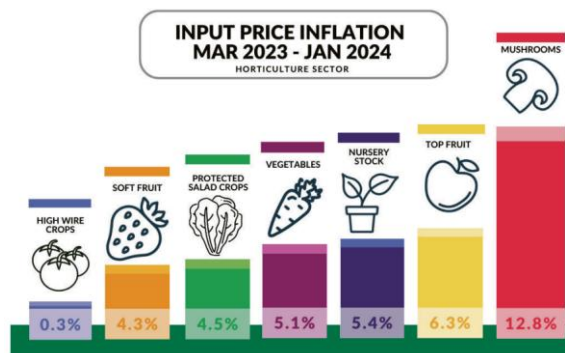
Fuente: CSO.ie

En los últimos años, la inflación de los precios de los insumos en el sector de la horticultura en Irlanda ha sido significativa.

Factores principales a tener en cuenta para aprovechar las oportunidades comerciales de exportación de frutas y verduras a Irlanda.

- En 2024 los precios medios de los insumos han aumentado en todo el sector hortícola.
- Lo más destacado son los costes laborales, que son un factor clave de la inflación general de los precios de los insumos.
- Desde el 2021, los insumos hortícolas combinados han aumentado en promedio 40%.
- Los problemas geopolíticos y del cambio climático han afectado a los acuerdos internacionales de abastecimiento de frutas y verduras. Será necesaria una reestructuración del mercado para garantizar la sostenibilidad ambiental de la producción hortícola irlandesa en el futuro.
- Existen tecnologías para apoyar la evolución de los sistemas de producción irlandeses, que permiten una mayor producción de cultivos más cerca del consumo, al tiempo que se reducen las necesidades de mano de obra, alimentos residuos y embalajes asociados a largas cadenas de suministro.
- El margen sobre los costes para los productores primarios tendrá que mejorar para incentivar la inversión y permitir relevo generacional de las empresas.
- Los productos frescos de la horticultura tienen una huella ambiental comparativamente baja en comparación con otros alimentos y tienen importantes beneficios para la salud de los consumidores.

Imagen: Inflación de precios de productos agrícolas Irlanda



Fuente: Horticulture Development Department, Teagasc,

El entorno operativo de los productores hortícolas irlandeses está en constante evolución. Mientras que el Brexit, la Covid-19 y la invasión rusa de Ucrania caracterizaron las variaciones sobre los precios de los insumos durante 2021 a 2023, en 2024 se hace hincapié en el tema del cambio climático, concretamente en el Aumento de la frecuencia y el patrón espacial de clima extremo que conduce a condiciones de crecimiento difíciles desde el establecimiento de la planta hasta la cosecha.

Todos los productos se vuelven muy caros cuando los márgenes se evaporan gracias a las reducciones de rendimiento comercializables.

En 2024, los productores han visto aumentos muy significativos en los costos laborales. La mano de obra es un insumo clave en el sector hortícola y representa en promedio el 42% de los costos totales de los insumos.

4.1 Producción del producto en el mercado de destino

Tal y como se ha expuesto en el punto anterior la producción de frutas y verduras en Irlanda es muy poco significativa, lo que indica que siendo un país donde el consumo de productos de este tipo es uno de los más altos de la Unión Europea tiene que importar la práctica totalidad de lo que consume. Un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) muestra que Irlanda encabeza la tabla de clasificación para el consumo de frutas y verduras con el nivel más alto del mundo desarrollado.

El mayor de los cultivos de frutos rojos que se cultivan en Irlanda son las frambuesas. La mayor producción tiene lugar en Leinster, siendo los condados de Wexford, Meath y Dublín los mayores productores. Se estima que la inflación de los precios de los insumos para este sector será del 4,3%.

De acuerdo con los datos del año 2023 de la FAO la producción en toneladas de Irlanda de los siguientes cultivos fue como sigue:

Tabla: Productos producidos en Irlanda

Cultivo	Toneladas
Cebollas	8,2
Frambuesas	41,000
Fresas	6,48

Fuente: elaboración propia con estadísticas de FAO

El sector de las **hortalizas protegidas** incluye una serie de cultivos comestibles cultivados en invernaderos donde se requieren entornos controlados para la producción de cultivos. Los costos de los insumos varían significativamente entre cultivos.

Los tomates, pepinos y pimientos se cultivan en un sistema de alambre alto, en un ambiente con calefacción y aire acondicionado y en medios de cultivo sin suelo (fibra de coco, turba o lana de roca).

La inflación de los precios de los insumos en el sector de las hortalizas de campo continúa a una tasa del 5,1% para este período de referencia, totalizando una inflación superior al 43% desde el primer informe de marzo de 2021. Tras unas temporadas de crecimiento favorables en 2021 y 2022, las condiciones meteorológicas extremas durante los períodos clave de la temporada de 2023 provocaron una reducción del rendimiento, la calidad y la pérdida total de la cosecha en determinados casos.

En 2023, el rendimiento se redujo entre un 10% y un 15% con respecto a 2021/2022, lo que supera con creces la inflación de los insumos en términos de impacto empresarial general. Los fenómenos meteorológicos extremos y el cambio climático tienen el potencial de erosionar la rentabilidad y 2023 lo ha ejemplificado.

Este riesgo y los costos asociados con el mantenimiento del capital natural, como la salud del suelo, deben tenerse en cuenta en el precio de las hortalizas de campo en el futuro para que los productores sigan siendo económica y ambientalmente sostenibles.

4.2 Exportaciones del producto del país de destino

Irlanda dada la naturaleza de su ecosistema agrícola, no exporta de forma significativa los productos objeto de este estudio, puesto que como se ha expuesto no tiene producción propia e importa los productos para consumo interno de su población.

A excepción de otros productos, que no son objeto de este estudio como son las setas donde sí aparece como exportador nato a nivel mundial.

4.3 Importaciones del país de destino del producto

El 83% de las frutas y verduras frescas de Irlanda son importadas.

Irlanda tiene un sector de frutas y hortalizas impulsado por las importaciones. En 2023, el valor total del sector hortofrutícola irlandés se estimó en 2.000 millones de euros. En 2023, las importaciones de frutas y hortalizas representaron alrededor del 83% (1.700 millones de euros).

Las importaciones de hortalizas de Irlanda superaron los 400 millones de euros, un 17% más que en 2023.

Los últimos reportes muestran que Irlanda importó más de 400 millones de euros en verduras el año pasado. La Oficina Central de Estadística (CSO) proporciona habitualmente datos sobre el comercio de productos agroalimentarios y alimentos preparados para el consumidor al Departamento de Agricultura, Alimentación y Medio Marino (DAFM), incluidas cifras detalladas sobre las importaciones de hortalizas.

Para 2024, los datos preliminares indicaron que las importaciones de hortalizas alcanzaron los 412 millones de euros, con un total de 342.760 toneladas.

Esto marca un aumento del 17% en valor y un aumento del 6% en volumen en comparación con 2023, lo que pone de manifiesto una tendencia creciente en las importaciones de hortalizas.

Los datos de la Oficina Central de Estadísticas (CSO) muestran que, después del BREXIT, la cuota de la UE en las importaciones irlandesas de frutas y verduras ha aumentado significativamente. La cuota de la UE en las importaciones irlandesas de frutas y hortalizas antes del Brexit se situó en torno al 50%.

Los datos de las CSO muestran que los países de la UE representan ahora el 61,0% de la cuota de mercado, un 25,8% más que el 48,5% de 2015.

La participación del Reino Unido en las importaciones ha caído drásticamente desde el BREXIT. La cuota fue en 2023 un -51,9% inferior a la de 2015 (del 28,6% al 13,8%).

Si profundizamos en los datos de las CSO, podemos concluir que los Países Bajos y Bélgica han sido claros ganadores después del BREXIT.

En 2024 se importaron casi 100.000 toneladas de plátanos y 66.000 toneladas de manzanas. Casi el 80% de las importaciones de plátanos provinieron de Costa Rica (43.000 toneladas) y Belice (37.000 toneladas). El valor total de los plátanos importados en 2020 fue de 56 millones de euros.

También se importaron 7.000 toneladas de piñas de Costa Rica en 2024.

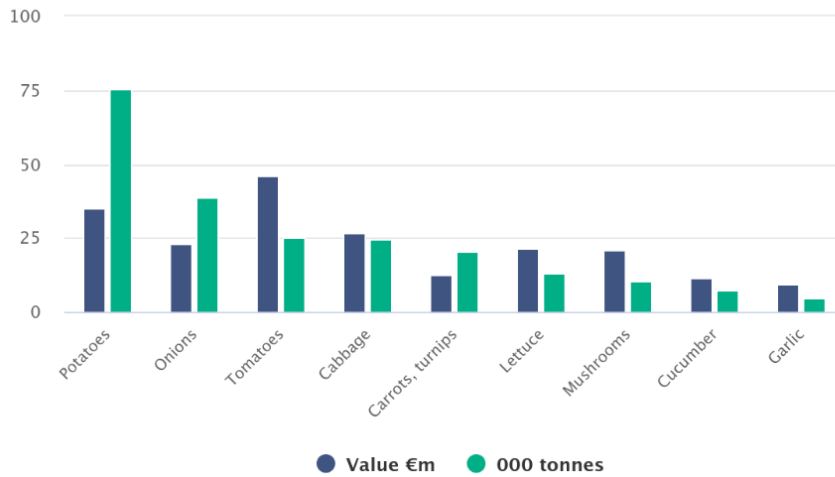
En 2024 se importaron más de 55.000 toneladas de naranjas y mandarinas, por un valor de 56 millones de euros.

Los principales socios importadores fueron Sudáfrica (11.000 toneladas) y España (14.000 toneladas).

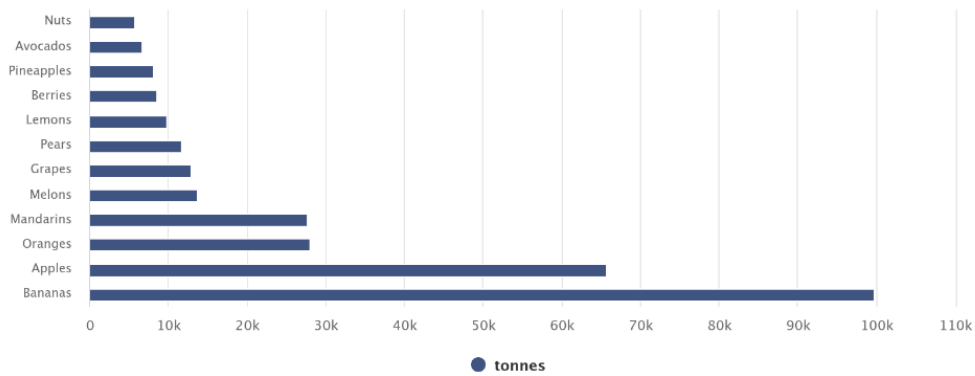
También se importaron cerca de 13.700 toneladas de limones, 12.800 toneladas de uvas y 11.600 toneladas de peras.

Irlanda importó 75.000 toneladas de patatas en 2024, por un valor de 35 millones de euros. También importó 38.500 toneladas de cebollas (23 millones de euros), 25.000 toneladas de tomates (46 millones de euros), 25.000 toneladas de coles (26 millones de euros) y 20.000 toneladas de zanahorias (12 millones de euros).

Imagen: Importaciones de Irlanda principales frutas y verduras



Fuente: CSO



Fuente: CSO

Tabla: Principales proveedores de frutas y hortalizas a Irlanda

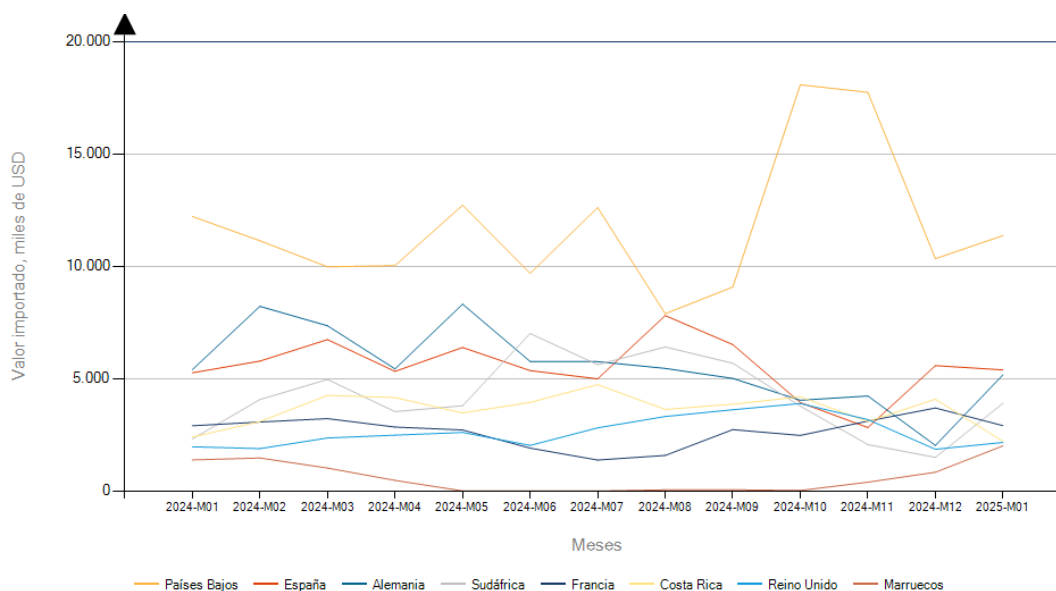
Principales países proveedores de frutas y hortalizas a Irlanda (2023–2024)				
Exportadores	Cantidad importada en 2023 (toneladas)	Valor importado en 2023 (valores en miles de USD)	Cantidad importada en 2024 (toneladas)	Valor importado en 2024 (valores en miles de USD)
Países Bajos	19441	54767	62870	141647
Alemania	36862	99479	45305	66986
España	37004	71333	33547	66486
Sudáfrica	33212	54202	32609	50728
Costa Rica	51925	36595	55429	44982
Reino Unido	13404	30161	22898	31977
Francia	14651	25491	17526	31609
Bélgica	3665	8514	8764	21044
Belice	18.943	12723	25.949	18786

Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map

4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado de destino.

De acuerdo con los datos del ITC en lo relativo a la estacionalidad de las importaciones de Irlanda de los productos objeto del estudio, se producen importaciones durante todo el año, si bien dependiendo del país de origen de los productos importados hay un mayor flujo de esas operaciones en los meses que van desde abril a agosto. Observando un repunte en los meses de noviembre a enero.

Gráfica: Estacionalidad de importaciones



Fuente: ITC

Para el caso de las importaciones desde Perú la estacionalidad es casi coincidente, siendo los meses de más actividad el periodo que comprende desde septiembre a enero.

4.5 Importaciones de Irlanda desde Perú

Las importaciones de Irlanda desde Perú en el año 2024 quedaron como sigue:

Tabla: Importaciones de Irlanda desde Perú en valor 2022 - 2024

Descripción del producto	Irlanda importa desde Perú en dólares \$		
	2022	2023	2024
Uvas frescas	1.798	2.413	3.275
Aguacates "paltas", frescos o secos	5.414	5.444	2.868
Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	2.950	1.585	2.620
Wilking frescas o secas y híbridos similares de agrios	0	196	889
mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas)	1.189	2.164	743
Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar . . .	681	407	566
Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya . . .	370	136	389
Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	969	1.065	349
Naranjas, frescas o secas	7	100	14
Higos, frescos o secos	18	6	12
Papayas, frescas	2	0	0
Fresco-negro, blanco y grosellas	158	24	0
Espárragos, frescos o refrigerados	2.183	1.430	2.637

Fuente: ITC

Tabla: Importaciones de Irlanda desde Perú en toneladas 2023

Descripción del producto	Toneladas 2023
Aguacates "paltas", frescos o secos	1.702
Uvas frescas	672
Mandarinas frescas o secas incl. tangerinas y satsumas (excl. clementinas)	1.849
Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	208
Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	574
Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar . .	183
Clementinas frescas o secas incl. Monreales	280
Frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas, sin cocer o cocidas en agua o vapor...	22
Wilking frescas o secas y híbridos similares de agrios	187
Frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa, frescas	12
Naranjas, frescas o secas	55
Limonas "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos . . .	29
Dátiles, frescos o secos	3

Fuente: ITC

4.6 Análisis de la competencia

Las empresas exportadoras peruanas deben competir con las europeas mediante la oferta de productos de alta calidad, certificados y sostenibles, y la promoción de sus productos en los mercados europeos a través de las oficinas comerciales y eventos.

Las empresas peruanas se enfrentan a desafíos como las barreras arancelarias y paraarancelarias, lo que hace crucial la calidad y la sostenibilidad de sus productos. Las certificaciones como Global GAP, Fair Trade y Rainforest Alliance ayudan a destacar en mercados exigentes como el europeo.

Para competir, las empresas peruanas también deben:

- Utilizar las oficinas comerciales peruanas en Europa
- Participar en eventos comerciales
- Aprovechar acuerdos comerciales
- Diversificar productos
- Fomentar la asociatividad

En resumen, la competitividad de las empresas peruanas en Europa se basa en la calidad, la sostenibilidad, el acceso a mercados a través de las oficinas comerciales y la diversificación de productos.

4.6.1 Principales empresas exportadoras Internacionales al mercado destino: Irlanda

Principales países proveedores:

Reino Unido: Históricamente el principal exportador de productos agrícolas a Irlanda, incluidas frutas y verduras. Si bien las importaciones se han reducido después del Brexit, el Reino Unido sigue siendo un proveedor importante.

Países Bajos: Ha experimentado aumentos significativos en el volumen y el valor de las frutas y verduras exportadas a Irlanda.

España: Al igual que en los Países Bajos, España también ha incrementado sus exportaciones de frutas y hortalizas a Irlanda.

A modo general podemos indicar como principales grupos y empresas involucradas en la importación y distribución en Irlanda las siguientes:

1. **Dole Ireland:** Un importante proveedor con una larga historia en el mercado irlandés, que ofrece una amplia gama de frutas y verduras frescas de origen mundial. Cuentan con amplias redes de venta al por mayor y de distribución en toda Irlanda.
2. **Fyffes:** Una empresa multinacional irlandesa y un importante importador y distribuidor de productos tropicales, incluidos plátanos, piñas, cítricos y aguacates.
3. **Keelings:** Una empresa de propiedad irlandesa involucrada en el cultivo, abastecimiento, comercialización y distribución de productos frescos, incluyendo frutas, verduras, ensaladas, flores y plantas, que abastece a empresas minoristas, de servicios de alimentos y mayoristas. También tienen operaciones en toda Europa.
4. **Total Produce Ireland Ltd:** Un importante importador de frutas con operaciones en Dublín.
5. **Nature Fresh Foods Group Ltd:** Importador y distribuidor de verduras frescas, frutas y otros productos alimenticios de varios países, que abastece a toda Irlanda e Irlanda del Norte.
6. **Doyles Veg Prep:** Un proveedor con sede en Dublín de frutas frescas, verduras, exóticos, ensaladas, zumos, quesos y productos lácteos, principalmente para la industria de la restauración.
7. **Port International:** Un proveedor europeo de una amplia gama de frutas y verduras frescas de fuentes locales y globales.

Es importante pues, tener en cuenta que el mercado irlandés depende en gran medida de las importaciones para su suministro de frutas y verduras debido a su clima. Los países europeos mencionados anteriormente, junto con otros, juegan un papel crucial en la satisfacción de esta demanda. Además, muchos otros importadores y mayoristas más pequeños contribuyen a la cadena de suministro.

Países Bajos

Se consolida como un importante *hub* de redistribución de productos agrícolas en Europa. Exportó a Irlanda alrededor de 150 millones USD y 120,000 toneladas en 2023. Destacan las exportaciones de bananas reexportadas, manzanas, peras, tomates y berries, debido a varias empresas entre las que destacan:

1. Albert Heijn, Jumbo y Lidl

Actores dominantes en el sector minorista de alimentos holandés y exportadores significativos.

2. TFC Holanda

Un proveedor bien establecido de frutas y verduras tropicales para el comercio minorista de alimentos europeo.

3.MJ Pronk y Fresh Diamond B.V.

Se dedica a la compra, venta y distribución de frutas y verduras frescas, tanto a nivel nacional como internacional.

4.Agrifood

Una empresa de agencia comercial que se centra en la importación y exportación de frutas y verduras frescas en todo el mundo.

5.Kölla

Una empresa familiar especializada en frutas y verduras de alta calidad con presencia global.

6.Fatels

Se especializa en frutas, verduras y hierbas frescas, abasteciendo a mayoristas y empresas de servicios de alimentos.

Reino Unido

Aunque no es un gran productor de frutas tropicales, Reino Unido actúa como un importante centro de reexportación de frutas y hortalizas hacia Irlanda, gracias a su cercanía geográfica y acuerdos logísticos. En 2023, el Reino Unido exportó a Irlanda aproximadamente 130 millones USD en frutas y hortalizas, con un volumen de 110,000 toneladas.

Los productos más reexportados incluyen bananas, manzanas, cebollas, tomates y algunas frutas de clima templado. Tras el Brexit, si bien han aumentado los controles aduaneros, el Reino Unido sigue manteniendo un rol estratégico en el suministro al mercado irlandés.

Empresas claves:

1.Fresca Group

Una empresa privada con una larga trayectoria en el sector hortofrutícola, que abastece a los principales sectores de distribución y venta al por mayor.

2.MWW (Minor, Weir & Willis)

Con una red global de productores, MWW ofrece una amplia variedad de frutas frescas, verduras y ensaladas.

3.Fruco plc

Un importador y distribuidor independiente líder con un enfoque en la comercialización de productos frescos.

4.Global Fruit

Un proveedor especializado en productos frescos de alta calidad, que atiende a una variedad de clientes y ofrece un suministro de 12 meses.

5.De Groot Fresh Produce UK Ltd

Como parte de un grupo internacional más grande, ayudan a las empresas a abastecerse de productos y a conectar a los proveedores de frutas con mercados más amplios.

6.Richard Hochfeld Group

Un importador de gran experiencia especializado en uvas, manzanas y peras, que abastece a los principales supermercados y mayoristas.

España

Es considerado el principal proveedor de frutas y hortalizas a Irlanda. En 2023, exportó aproximadamente 140 millones USD en frutas y hortalizas, con un volumen de 115,000 toneladas. Los productos más importados incluyen cítricos (naranjas, mandarinas), tomates, pimientos y uvas.

Algunas empresas claves en **España** que exportan al mercado irlandés son:

1.Trops Import-export SL.

Especialista en producción y exportación de palta, alcanzan una facturación de 70.804.324 €.

2.Comercializadora De Productos Hortofrutícolas De Nijar S.c. Andaluza

Con una facturación anual de 62.849.237 € y gran presencia en la exportación de frescos a nivel internacional y en particular en Irlanda.

3.Sat Acrena

Exportan productos hortícolas de primera calidad a toda Europa con una facturación de 72.560.603 €

4.Frunet SL

En Málaga, llevan más de 17 años cultivando frutas y hortalizas ecológicas. distribuyen productos bio de la más alta calidad a nivel local, nacional e internacional y facturan alrededor de 38.066.202 €

4.6.2 Principales empresas peruanas exportadoras al mercado destino

En los últimos años, Perú ha consolidado su presencia como un proveedor clave de frutas frescas y hortalizas, especialmente en productos como arándanos, uvas, paltas y espárragos. En 2023, las exportaciones peruanas a Irlanda alcanzaron los 240 millones USD en valor, con un volumen de aproximadamente 200,000 toneladas. La competitividad de Perú radica en su capacidad para ofrecer productos fuera de temporada, especialmente en arándanos y uvas. Además, la calidad y la certificación orgánica de sus productos son ventajas clave que favorecen su aceptación en el mercado irlandés.

Tabla: Empresas peruanas exportadoras al Mundo

EXPORTADOR	Valor en dólares			Volumen		
	2022	2023	Variación	2022	2023	Variación
CAMPOSOL S.A.	352.607.358	373.138.523	-6%	106.919.655	131.633.085	-19%
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	239.365.172	220.314.445	9%	63.578.297	74.383.566	-15%
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	199.659.344	123.424.211	62%	67.507.446	57.898.473	17%
AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	196.920.562	140.849.695	40%	48.122.734	50.199.820	-4%
VIRU S.A.	172.828.491	272.543.015	-37%	79.558.503	120.348.902	-34%
ECOSAC AGRICOLA S.A.C.	170.269.108	147.863.482	15%	68.932.851	60.193.214	15%
AGROVISION PERU S.A.C.	167.170.151	155.774.704	7%	23.105.872	34.907.703	-34%
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	161.819.933	132.446.779	22%	28.204.276	30.348.122	-7%
SOCIEDAD AGRICOLA RAPEL S.A.C.	157.003.457	165.072.393	-5%	59.829.731	72.067.829	-17%
HORTIFRUT - PERÚ S.A.C.	152.280.462	162.082.267	-6%	24.190.258	34.177.529	-29%
DANPER TRUJILLO S.A.C.	142.839.449	220.557.061	-35%	37.671.964	73.304.145	-49%
EL PEDREGAL S.A.	140.076.567	105.585.142	33%	48.512.629	41.633.568	17%
PROCESADORA LARAN S.A.C.	136.451.098	121.369.810	12%	88.705.136	80.242.281	11%
CORPORACION AGROLATINA S.A.C.	133.933.932	70.514.414	90%	43.194.306	26.061.059	66%
AGRICOLA DON RICARDO S.A.C.	132.457.016	55.534.398	139%	41.061.679	19.019.238	116%
AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	119.517.349	145.830.979	-18%	72.001.690	84.384.414	-15%
PERALES HUANCARUNA S.A.C.	105.738.591	225.812.109	-53%	26.680.725	43.351.694	-38%
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	89.465.134	92.936.047	-4%	61.929.520	77.171.926	-20%
EXPORTADORA FRUTICOLA DEL SUR S.A.	88.531.274	78.461.586	13%	17.696.345	19.326.713	-8%
OLAM AGRO PERU S.A.C.	81.583.665	101.427.830	-20%	20.834.846	20.874.131	0%
WESTFALIA FRUIT PERÚ S.A.C.	80.157.966	86.292.525	-7%	46.589.987	54.900.387	-15%
HASS PERU S.A.	74.873.318	54.175.527	38%	9.497.689	13.906.940	-32%
AGRICOLA ANDREA S.A.C.	73.657.009	50.230.657	47%	26.926.462	19.383.969	39%
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	66.784.961	41.471.919	61%	34.606.171	24.313.441	42%
LOS OLIVOS DE VILLACURI S.A.C.	65.924.390	76.147.999	-13%	26.130.330	28.297.863	-8%
AGRICOLA SAN JOSE S.A.	64.213.677	45.424.320	41%	24.279.435	21.474.601	13%
SAN MIGUEL FRUITS PERU S.A.	63.382.294	57.338.062	11%	39.392.345	38.741.726	2%
COMERCIO AMAZONIA S.A.	56.974.927	102.963.562	-45%	14.867.962	19.643.127	-24%
LARAMA BERRIES S.A.C.	55.581.702	40.168.830	38%	6.765.625	7.285.574	-7%
EXPORTADORA EL PARQUE PERU S.A.C.	55.311.567	32.204.059	72%	27.673.530	14.628.281	89%
PROCESOS AGROINDUSTRIALES S.A.	54.424.332	44.550.915	22%	21.336.594	20.103.508	6%
BLUEBERRIES PERU S.A.C.	51.919.265	41.556.381	25%	5.855.861	9.134.386	-36%
EXPORTADORA ROMEX S.A.	51.093.731	35.069.339	46%	13.894.070	8.976.122	55%
CAFETALERA AMAZONICA S.A.C.	50.875.712	35.400.529	44%	15.326.079	15.091.158	2%
AGROBERRIES PERU S.A.C.	50.397.244	59.559.746	-15%	5.985.034	14.210.588	-58%
TAL S.A.	48.306.285	35.801.079	35%	23.245.617	17.975.293	29%
GREEN PERU S.A.	46.988.936	41.156.696	14%	16.302.945	14.606.820	12%
HFE BERRIES PERU S.A.C.	44.952.577	40.605.146	11%	5.565.171	7.469.229	-25%
AGROINDUSTRIAS AIB S.A.	44.570.802	39.593.625	13%	25.497.422	22.499.187	13%
AGRO SAN GERARDO E.I.R.L.	42.258.838	19.304.025	119%	14.077.963	8.688.948	62%
ED&F MAN VOLCAFE PERU S.A.	41.314.908	63.090.048	-35%	9.194.932	10.856.551	-15%
H.V.C. EXPORTACIONES S.A.C.	40.633.581	43.517.358	-7%	9.802.533	7.843.634	25%
BOMAREA S.R.L.	39.796.216	56.108.283	-29%	4.456.307	10.786.561	-59%
PLANTACIONES DEL SOL S.A.C.	39.084.315	42.957.310	-9%	21.987.825	21.490.125	2%
ICATOM S.A.	38.866.797	36.949.681	5%	25.238.890	28.927.803	-13%
AGROFUTURA COMPANY S.A.C.	38.509.662	21.247.591	81%	4.944.601	4.594.762	8%
AGRICOLA SANTA AZUL S.R.L.	38.036.407	21.873.097	74%	3.937.071	2.982.237	32%
AGROCASAGRANDE S.A.C.	37.896.057	16.318.465	132%	13.696.511	7.784.751	76%
SUNSHINE EXPORT S.A.C.	37.227.063	47.457.810	-22%	23.441.617	31.280.562	-25%
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	36.458.332	34.039.631	7%	23.062.540	25.166.465	-8%

Valores en dólares

Exportadoras de Frutas de Perú

1. **Camposol S.A.**
Líder en exportación de arándanos, paltas, mangos, uvas de mesa y mandarinas. En 2023, sus envíos a EE.UU. superaron los US\$ 171,5 millones y a la Unión Europea, US\$ 104,7 millones.
2. **Rapel S.A.C.**
Principal exportadora de uva de mesa, con ventas por US\$ 154,3 millones en 2023, a pesar de una ligera disminución en volumen y valor.
3. **El Pedregal S.A.**
Exportó frutas por US\$ 136,2 millones en 2023, con un crecimiento del 34% en valor respecto al año anterior.
4. **Ecosac Agrícola S.A.C.**
Destacada en la exportación de frutas, alcanzando US\$ 124,8 millones en 2023.
5. **Sociedad Agrícola Drokasa S.A.**
Incrementó sus exportaciones a US\$ 87,1 millones en 2023, con un notable crecimiento del 154% en valor.
6. **Agrícola Cerro Prieto S.A.**
Especializada en la producción y exportación de arándanos, uvas, paltas y espárragos.
7. **Hortifrut Perú S.A.C.**
Filial de la multinacional Hortifrut, líder en la exportación de berries, especialmente arándanos.
8. **Consorcio de Productores de Fruta S.A.**
Agrupa a diversos productores para la exportación de uvas, mangos y cítricos.
9. **Avocado Packing Company S.A.C.**
Especializada en el procesamiento y exportación de paltas hacia mercados internacionales.
10. **Sociedad Agrícola Yompián S.A.**
Destacada en la exportación de mangos y otros productos agrícolas.

Exportadoras de Hortalizas

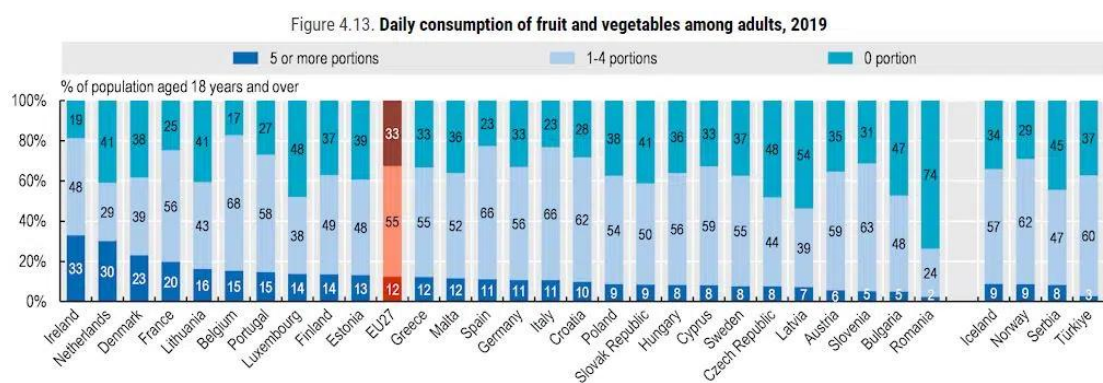
1. **Danper Trujillo S.A.C.**
Líder en exportación de espárragos, alcachofas y otras hortalizas, con una participación significativa en el mercado internacional.
2. **Virú S.A.**
Importante exportadora de espárragos y otros productos hortícolas, con presencia destacada en diversos mercados.
3. **Complejo Agroindustrial Beta S.A.**
Activa tanto en frutas como en hortalizas, con exportaciones por US\$ 125 millones en frutas y participación relevante en hortalizas.
4. **Green Perú S.A.**
Especializada en la exportación de espárragos y otras hortalizas, con una sólida presencia en el mercado.

5. **Alsur Perú S.A.C.**
Destacada en la exportación de hortalizas como alcachofas y espárragos, con un crecimiento sostenido en sus envíos.
6. **Gandules Inc. S.A.C.**
Reconocida por la exportación de espárragos, pimientos y otros vegetales.
7. **Santa Sofía del Sur S.A.C.**
Participa activamente en la exportación de espárragos y otras hortalizas.
8. **Floridablanca S.A.C.**
Empresa dedicada a la exportación de espárragos y otros productos agrícolas.
9. **I Q F del Perú S.A.C.**
Especializada en la exportación de vegetales congelados, incluyendo espárragos y alcachofas.

V. ANALISIS DE LA DEMANDA

5.1. Perfil del consumidor

En Irlanda, el consumo de frutas frescas y hortalizas congeladas está influenciado por diversos factores demográficos y de estilo de vida. Los consumidores irlandeses muestran una creciente preocupación por la salud y el bienestar, lo que impulsa la demanda de productos naturales y mínimamente procesados.



Fuente: Health at a Glance 2022 Report

En 2024, la Encuesta Healthy Ireland informó de que el 62% de la población consumía fruta a diario y el 73% consumía verduras a diario. Sin embargo, un porcentaje menor, el 28%, informó que consumía cinco o más porciones de frutas y verduras al día, una disminución del 34% en 2019

Estado Actual del Consumo de Frutas y Verduras en Irlanda

- Niveles Generales de Consumo: Las encuestas recientes indican que la ingesta diaria promedio de frutas y verduras en Irlanda se sitúa entre 2.9 y 3.9 porciones. Esta cifra es inferior a las 5-7 porciones diarias recomendadas por las directrices de salud. Existe una diferencia notable entre la ingesta promedio actual y la recomendada en toda la población irlandesa, lo que señala un desafío persistente para la salud pública. A pesar de las campañas de concienciación y los posibles incentivos financieros, los hábitos alimenticios no se alinean completamente con las directrices de salud, lo que sugiere que se necesitan estrategias más efectivas para fomentar un mayor consumo.

- Consumo por Grupo de Edad: Los niños de 5 a 12 años consumen un promedio de 3 porciones diarias, por debajo de la recomendación de 5 a 7. Las frutas más comunes en su dieta son manzanas, naranjas y plátanos. Los patrones de consumo varían significativamente entre los grupos de edad, siendo los niños y adolescentes los que presentan niveles de ingesta particularmente bajos, lo que subraya la necesidad de intervenciones específicas desde una edad temprana. La ligera mayor ingesta en individuos mayores en Irlanda del Norte en comparación con la población adulta general en Irlanda (alrededor de 3 porciones) podría deberse a diferentes hábitos dietéticos o metodologías de encuesta. La preferencia específica por ciertas frutas en niños (manzanas, naranjas, plátanos) y preescolares (plátanos, manzanas) indica áreas potenciales para la promoción de otras variedades.
- Consumo por Género: En general, las mujeres consumen más frutas y verduras que los hombres. Por ejemplo, en la Encuesta de Salud de Irlanda de 2024, el 33% de las mujeres informó comer cinco o más porciones diarias, en comparación con el 22% de los hombres. El género juega un papel importante en el comportamiento de consumo, siendo las mujeres más propensas a cumplir con las recomendaciones. Esta diferencia podría estar relacionada con la conciencia sobre la salud, las prácticas dietéticas o los roles en la preparación de alimentos. La constante observación de un mayor consumo entre las mujeres en múltiples estudios sugiere un factor demográfico significativo.
- Comparación con los Promedios de la UE: Irlanda se sitúa a la cabeza de los países de la UE en cuanto al consumo diario de 5 o más porciones (33% frente al 12% de la media de la UE en 2022 y 2019). Si bien Irlanda tiene un rendimiento relativamente bueno en comparación con otros estados miembros de la UE en términos de la proporción de la población que consume la cantidad recomendada, todavía existe una parte sustancial de la población que no cumple con estas directrices. El hecho de que casi dos tercios de la población irlandesa todavía consuman menos de cinco porciones diarias indica que, a pesar de liderar la UE, existe un margen significativo de mejora para alinearse con las recomendaciones óptimas de salud.
- Tendencias a lo Largo del Tiempo: La producción nacional ha disminuido, mientras que las importaciones han aumentado constantemente en los últimos 60 años. Las tendencias recientes indican una disminución preocupante en el consumo de frutas y verduras en toda la población irlandesa después de un período de aumento. La dependencia a largo plazo de las importaciones y la disminución de la producción nacional plantean desafíos para la seguridad alimentaria y la sostenibilidad. La disminución del consumo a pesar de los aumentos anteriores sugiere que los factores que influyen en el comportamiento dietético podrían estar cambiando o que las intervenciones anteriores podrían no haber tenido un impacto sostenido.

Principales Factores que Influyen en las Decisiones del Consumidor

- Precio: El precio es un factor significativo que influye en las decisiones de los consumidores sobre alimentos. El IVA del 0% sobre las frutas y verduras desde 2010 tiene como objetivo reducir los precios al consumidor y fomentar el consumo. Los supermercados pueden tener precios más altos para los productos frescos en comparación con los mercados y tiendas locales. Las tiendas de conveniencia, en particular, pueden ser significativamente más caras que los supermercados más grandes. Los productos orgánicos a menudo se perciben como más caros. Sin embargo, los compradores más jóvenes a menudo están más dispuestos a pagar una prima por las opciones orgánicas.

Las variaciones de precios entre los diferentes canales minoristas pueden influir en dónde eligen comprar los consumidores.

La disposición de los compradores más jóvenes a pagar más por los productos orgánicos sugiere una posible tendencia del mercado

- **Calidad y Frescura:** La apariencia de los productos frescos es un factor clave en la tienda que impulsa las decisiones de compra. Los consumidores a menudo priorizan las frutas y verduras visualmente atractivas. Los consumidores valoran la calidad y la frescura de las frutas y verduras. Buscan productos que se vean y sepan frescos. Los mercados y tiendas locales e independientes a menudo se perciben como de mejor calidad y frescura en comparación con los supermercados. Los consumidores pueden creer que los minoristas más pequeños obtienen sus productos de forma más directa o los manipulan con más cuidado. Los productos cultivados en Irlanda se consideran más nutritivos debido al menor tiempo transcurrido entre la cosecha y el consumo. Esta percepción puede influir en los consumidores para que elijan opciones locales cuando estén disponibles. La calidad y la frescura son primordiales para los consumidores irlandeses al comprar frutas y verduras.

Comprender cómo definen los consumidores la "frescura" y los factores que contribuyen a esta percepción podría informar la gestión de la cadena de suministro y las estrategias de marketing.

- **Origen (Local, Importado, Orgánico):** Existe una preferencia por los productos locales entre los consumidores irlandeses. Esta preferencia está impulsada por el deseo de apoyar a los agricultores locales y la percepción de una mayor calidad y frescura. Las opciones orgánicas son cada vez más buscadas por los consumidores, especialmente los compradores más jóvenes. Esta demanda está impulsada por las creencias sobre los beneficios para la salud y el medio ambiente de la agricultura orgánica.

El etiquetado del país de origen es importante para algunos consumidores. Los consumidores quieren saber de dónde provienen sus alimentos por razones relacionadas con la calidad, la seguridad y el apoyo a regiones o países específicos.

Existe una creciente demanda de frutas y verduras tanto de origen local como orgánicas en Irlanda, lo que indica el interés de los consumidores en apoyar las economías locales y los posibles beneficios percibidos para la salud y el medio ambiente.

Los minoristas están respondiendo a esta tendencia ofreciendo cada vez más opciones locales y orgánicas.

- **Conciencia sobre la Salud:** Los beneficios para la salud son una razón clave por la que muchos millennials irlandeses comen frutas y verduras. Los consumidores generalmente son conscientes de que las frutas y verduras son buenas para su salud. La conciencia del mensaje "5 al día" es generalmente alta.

Los consumidores están cada vez más interesados en la "nutrición óptima" y el potencial de prevención de enfermedades de las frutas y verduras. Buscan más allá de la nutrición básica para comprender cómo los alimentos pueden promover activamente la salud. La conciencia sobre la salud es un motor importante para el consumo de frutas y verduras, pero traducir esta conciencia en un comportamiento constante sigue siendo un desafío, como lo demuestra la brecha en la ingesta recomendada.

- **Estacionalidad:** Comer de temporada se considera beneficioso para el sabor, la nutrición y el apoyo a los productores locales. Los consumidores a menudo creen que los productos de temporada saben mejor y son más nutritivos. Los supermercados ofrecen disponibilidad durante todo el año, lo que podría reducir el enfoque en los productos de temporada. La disponibilidad constante de una amplia gama de frutas y verduras frescas y congeladas, independientemente de la temporada, puede disminuir el enfoque del consumidor en la estacionalidad. Las importaciones estacionales juegan un papel importante en el mercado. Irlanda importa frutas y verduras que no se pueden cultivar a nivel nacional durante todo el año. Si bien existe una apreciación por comer de temporada, la disponibilidad durante todo el año de productos importados podría diluir este enfoque.

- **Conveniencia y Preferencias de Sabor:** La falta de confianza en la cocina y la preparación de productos frescos es una barrera para el consumo. Los consumidores, especialmente las generaciones más jóvenes, pueden carecer de las habilidades o el tiempo para preparar comidas con frutas y verduras frescas, pero si congeladas. El sabor es un factor crucial en la elección de alimentos.

Opciones como frutas congeladas pueden resultar atractivas para los consumidores que buscan soluciones de comidas rápidas y fáciles. La conveniencia y la facilidad de preparación son importantes para los consumidores ocupados.

- **Factores Demográficos:** La edad, el género y el nivel socioeconómico influyen en los patrones de consumo. Los niveles y las preferencias de consumo varían entre los diferentes grupos demográficos. Los estudiantes y las personas mayores tienen comportamientos de consumo específicos. Los estudiantes pueden enfrentar barreras como el costo y la disponibilidad, mientras que las personas mayores pueden tener diferentes necesidades o preferencias dietéticas. Existen disparidades socioeconómicas en la ingesta de frutas y verduras. Las personas de entornos socioeconómicos más bajos a menudo consumen menos frutas y verduras. Es crucial adaptar las intervenciones y las comunicaciones a grupos demográficos específicos, considerando sus necesidades y barreras únicas, para mejorar el consumo general.

Canales Minoristas y Comportamientos de Compra

- **Supermercados:** La mayoría de los consumidores irlandeses compran sus frutas y verduras en los supermercados. Esto probablemente se deba a la comodidad, la amplia selección y, a menudo, los precios competitivos. Los principales actores incluyen Tesco, Dunnes Stores, SuperValu, Aldi y Lidl. Estos minoristas dominan el mercado de comestibles en Irlanda. Los supermercados se consideran convenientes, pero es posible que no siempre ofrezcan la mejor calidad o variedad en comparación con las tiendas especializadas o los mercados. Algunos consumidores perciben que los productos de los supermercados son menos frescos o sabrosos. Los supermercados pueden desempeñar un papel en la educación de los niños sobre la alimentación saludable a través de iniciativas como promociones en la tienda o colaboraciones con programas educativos. Los supermercados son el principal punto de compra para la mayoría de los consumidores irlandeses, lo que los convierte en un canal crucial para influir en el consumo de frutas y verduras. Las estrategias implementadas dentro de los supermercados, como la ubicación de los productos, las promociones y los materiales educativos, tienen el potencial de llegar a un gran segmento de la población.
- **Mercados Locales y Verdulerías:** Los mercados y las verdulerías locales se perciben como de mejor calidad y frescura en comparación con los supermercados. Los consumidores a menudo valoran el abastecimiento directo y la calidad potencialmente superior de los productos de estos establecimientos. Estos canales pueden ser más caros que los supermercados. El precio puede ser un factor limitante para algunos consumidores al elegir comprar en mercados o verdulerías locales.
- **Mercados de Agricultores:** Los mercados de agricultores están creciendo en popularidad y ofrecen un vínculo directo entre los productores locales y los consumidores. Proporcionan una plataforma para que los pequeños agricultores vendan sus productos directamente al público.
- **Venta Minorista y Entrega en Línea:** Algunos productores y minoristas ofrecen pedidos y entrega en línea de frutas y verduras, lo que brinda una opción conveniente para los consumidores. Este canal ha experimentado un crecimiento en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de conveniencia por parte de los consumidores. Esto brinda comodidad a los consumidores que pueden tener poco tiempo para comprar en tiendas físicas o que viven en áreas con acceso limitado a minoristas de productos frescos. La venta minorista y los canales de entrega en línea

están emergiendo como una avenida significativa para la compra de frutas y verduras en Irlanda, ofreciendo comodidad y potencialmente ampliando el acceso a una gama más amplia de productos para los consumidores en diversas ubicaciones.

Percepciones y Actitudes del Consumidor Hacia las Frutas y Verduras

- **Preferencias por lo Orgánico y lo Local:** Existe una fuerte preferencia por los productos locales impulsada por factores como el apoyo a la economía local, la reducción de las millas de alimentos y la percepción de una mayor calidad y frescura.
- **Conciencia de los Beneficios para la Salud:** Generalmente existe una buena conciencia de los beneficios para la salud del consumo de frutas y verduras, incluido su papel en la prevención de enfermedades crónicas. El mensaje de "5 al día" es ampliamente reconocido. Sin embargo, la comprensión de los tamaños de porción específicos y la importancia de la variedad podría ser limitada. Un interés creciente de los consumidores en el concepto de alimentos funcionales y las propiedades específicas para la promoción de la salud de diferentes frutas y verduras. Si bien existe una comprensión general de los beneficios para la salud de las frutas y verduras, traducir esto en un consumo constante y adecuado requiere abordar las posibles lagunas en el conocimiento con respecto a las directrices específicas y los diversos perfiles nutricionales de los diferentes productos.
- **Barreras al Consumo:** Patrones habituales de compra y consumo, con consumidores que a menudo compran los mismos productos semana tras semana. Falta de confianza en la cocina y la preparación de productos frescos, lo que limita su capacidad para incorporar más frutas y verduras en sus comidas. El alto costo percibido de las frutas y verduras frescas, lo que las hace menos accesibles para algunos consumidores. Falta de disfrute o sabor percibido, particularmente para ciertas verduras. Bajo conocimiento de las recomendaciones actuales y la importancia de una ingesta adecuada. Realizar investigaciones cualitativas para profundizar en los desafíos específicos que enfrentan los diferentes segmentos de consumidores al incorporar más frutas y verduras en sus dietas proporcionaría información valiosa para desarrollar intervenciones específicas. Por ejemplo, explorar las razones específicas detrás de la falta de confianza en la cocina e identificar formas efectivas de abordar esta barrera a través de talleres de cocina o ideas de recetas fácilmente disponibles podría ser beneficioso.
- **Actitudes Hacia la Sostenibilidad y el Desperdicio de Alimentos:** La creciente preocupación de los consumidores por los problemas ambientales y la sostenibilidad está influyendo en sus elecciones alimentarias, con un interés creciente en reducir su huella ambiental. Los consumidores son cada vez más conscientes del desperdicio de alimentos y buscan formas de reducirlo, incluida la gestión de la cantidad que compran y el aprendizaje de cómo almacenar los productos para prolongar su frescura. Un creciente interés en las dietas basadas en plantas, impulsado tanto por consideraciones de salud como ambientales. El creciente enfoque de los consumidores en la sostenibilidad y el desperdicio de alimentos presenta una oportunidad para promover el consumo de frutas y verduras como una opción dietética respetuosa con el medio ambiente.

Eficacia de las Campañas de Promoción e Intervenciones

- **Campañas Nacionales de Alimentación Saludable:** Diversas campañas nacionales y financiadas por la UE tienen como objetivo aumentar el consumo de frutas y verduras en Irlanda, dirigidas a la población en general y a grupos específicos como los millennials. La eficacia de las campañas amplias de salud pública para lograr un cambio sostenido en el comportamiento dietético puede ser limitada, y la conciencia a menudo aumenta más que el consumo real. Se están implementando campañas específicas que utilizan las redes sociales y la participación de influencers, como la campaña "La vida es mejor con frutas y verduras" dirigida a los millennials, para intentar conectar con grupos demográficos específicos. Si bien existe una inversión continua

en campañas para promover el consumo de frutas y verduras, es necesario evaluar continuamente su impacto en el comportamiento dietético real. Adaptar el mensaje, los canales y los mensajeros para que resuenen con audiencias objetivo específicas, e incorporar los principios de la ciencia del comportamiento, puede mejorar la eficacia.

- Programa Food Dudes: El Programa Food Dudes es un programa basado en evidencia y con incentivos diseñado para aumentar el consumo sostenido de frutas y verduras entre los niños de primaria. Los estudios han demostrado que el programa puede generar aumentos significativos en el consumo de frutas y verduras a corto y mediano plazo, particularmente cuando se implementa con fidelidad. Sin embargo, el impacto a largo plazo del programa en el mantenimiento de estos mayores niveles de consumo durante varios años puede no ser tan fuerte. El programa utiliza estrategias como la degustación repetida, las recompensas y el uso de modelos a seguir para alentar a los niños a probar y a que les gusten las frutas y verduras.

5.2. Análisis de tendencias

Los informes sobre el consumo diario de frutas y verduras certifican que ha disminuido desde 2019. La proporción de personas que comen cinco o más porciones diarias disminuyó del 34% en 2019 al 28% en 2024.

La producción nacional ha disminuido, mientras que las importaciones han aumentado constantemente en los últimos 60 años. Se ha observado poco cambio en la ingesta de frutas y verduras en Irlanda del Norte durante un período de 9 años.

La ingesta de fruta entera entre los niños en edad escolar ha aumentado desde 2003-2004.

El consumo diario de verduras y frutas frescas aumentó entre 2017 y 2020 (datos de Bord Bia), pero desde entonces ha disminuido.

Las tendencias recientes indican una disminución preocupante en el consumo de frutas y verduras en toda la población irlandesa después de un período de aumento. La dependencia a largo plazo de las importaciones y la disminución de la producción nacional plantean desafíos para la seguridad alimentaria y la sostenibilidad.

La disminución del consumo a pesar de los aumentos anteriores sugiere que los factores que influyen en el comportamiento dietético podrían estar cambiando o que las intervenciones anteriores podrían no haber tenido un impacto sostenido.

SuperValu, uno de los principales minoristas de comestibles de Irlanda, junto con GIY (Grow it Yourself) publicó en abril de 2024 una nueva investigación que muestra que un tercio de las familias cultivan alimentos en casa, y más de 8 de cada 10 confirman que les gustaría hacerlo.

5.3. Variedades

Las frutas frescas más consumidas en Irlanda incluyen manzanas, plátanos, naranjas y frutos rojos. Un informe de la UCD sobre el sistema irlandés de frutas y verduras señala que las zanahorias, los plátanos, los frutos rojos y las manzanas se compran con frecuencia. Entre las verduras, las más consumidas son las patatas, las zanahorias, el brócoli y las cebollas. En cuanto a las frutas y verduras congeladas, Euromonitor destaca un crecimiento constante en este sector en Irlanda, impulsado por la conveniencia.

Según la investigación, estas son algunas de las variedades de frutas y verduras frescas y congeladas disponibles en los supermercados irlandeses:

Frutas frescas

1. Manzanas (varios tipos como Granny Smith, Golden Delicious)
2. Plátanos
3. Naranjas
4. Clementinas/Peladoras fáciles/Mandarinas
5. Peras (Conferencia)
6. Fresas
7. Arándanos
8. Moras
9. Frambuesas
10. Grosellas
11. Uvas (rojas, verdes, sin semillas)
12. Limones
13. Kales
14. Pomelo
15. Melón dulce
16. Kiwis
17. Mangos
18. Piñas
19. Ciruelas
20. Albaricoques
21. Duraznos
22. Cerezas
23. Aguacates
24. Sandía
25. Maracuyá
26. Pitahaya

Verduras frescas

1. Patatas (varios tipos como gallos, patatas baby)
2. Zanahoria
3. Cebollas (marrones, rojas, españolas, chalotas, cebolletas)
4. Repollo (Saboya, rojo, verde)
5. Brécol
6. Coliflor
7. Pimientos (rojos, amarillos, mixtos)
8. Tomates (varios tipos como cherry, vine, ciruela)
9. Pepinos
10. Lechuga (varios tipos)
11. Espinaca
12. Champiñones (castaño, portobello, botón de bebé)
13. Ajo
14. Puerros
15. Chirivías
16. Sueco
17. Nabo
18. Apio
19. Espárrago
20. Berenjena
21. Rábano
22. Pak Choi
23. Mezcla de ensalada
24. Maíz dulce
25. Calabaza
26. Chiles
27. Col rizada
28. Remolacha
29. Cebolletas
30. Chalotes
31. Alcachofa globo

32. Batatas
33. Acelga
34. Frijoles (verdes, franceses, mantequilla, serpiente, anchos)
35. Guisantes
36. Hinojo

Frutas congeladas

1. Frambuesas
2. Arándanos
3. Mezcla de frutas de verano (fresas, frambuesas, grosellas negras, etc.)
4. Fresas enteras
5. Trozos de mango
6. Mezcla de frutas exóticas
7. Cerezas dulces sin hueso
8. Popurrí de cuatro bayas
9. Frutas de la Selva Negra
10. Trozos de piña
11. Mezcla de batido exótico
12. Mezcla de batido verde
13. Cerezas dulces oscuras

Verduras congeladas

1. Brécol
2. Mini mazorca de maíz
3. Guisantes de jardín
4. Country Mix (zanahorias, guisantes, maíz dulce)
5. Guisante
6. Col de bruselas
7. Verduras mixtas (zanahorias, guisantes, brócoli, coliflor)
8. Col rizada
9. Repollo mixto
10. Mezcla de verduras salteadas
11. Salteado al estilo asiático
12. Queso de coliflor

13. aros de cebolla empanizados
14. aros de cebolla rebozados
15. Sueco amarillo cortado en cubitos
16. Zanahoria y chirivías picadas
17. Mezcla asiática para salteados
18. Guisantes de jardín orgánicos
19. Arroz de coliflor
20. Maíz dulce superdulce
21. Bolsas de vapor (zanahoria, coliflor y brócoli; zanahoria, guisantes y maíz dulce; Arroz Peri Peri; Arroz Dorado de Verduras)
22. Judías verdes enteras muy finas
23. Champiñones en rodajas
24. Cebollas blancas picadas
25. Trozos de calabaza moscada
26. Espinaca
27. Bastones de zanahoria
28. Repollo rallado
29. Mezcla de zanahoria, coliflor y brócoli

Hay que tener en cuenta que la disponibilidad de variedades específicas puede variar entre los diferentes supermercados y también puede depender de la temporada de productos frescos.

5.4 Presentaciones y precios al consumidor final

En los supermercados irlandeses, las frutas y verduras se presentan de diversas maneras, incluyendo:

- A granel

Las frutas y verduras se exhiben en contenedores grandes, donde los clientes pueden elegir y pesar los productos ellos mismos.

- Envasados

Algunas frutas y verduras, especialmente las que son más frágiles o necesitan un mayor cuidado, se venden envasadas en plásticos o cartón para protegerlas y facilitar su transporte.

- Preparados

Algunos supermercados ofrecen frutas y verduras ya lavadas y cortadas, así como ensaladas listas para comer.










- Orgánicos

Los supermercados irlandeses suelen tener una sección dedicada a los productos orgánicos, tanto frutas como verduras.

- Locales :

Los supermercados irlandeses también suelen ofrecer una selección de productos locales, destacando la producción de agricultores irlandeses.

Tabla: Presentación y formatos de productos en los supermercados irlandeses

Producto	Punto de venta	Unidad	Precio	Descripción producto
	Dunnes Stores	1 UNIDAD	€0.49	Spanish Garlic
	Dunnes Stores	1 UNIDAD	€0.79	Avocado
	ALDI	0.1 KG	(€13.90/1 KG) €1.39	Asparagus Tips
	ALDI	0.3 KG	(€2.97/1 KG) €0.89	Shallots
	ALDI	1 UNIDAD	€0.49/1 €0.49	Orange
	SUPERVALU	3 Pieces	€1.29 €0.43 each	SuperValu Lemons
	SUPERVALU	1 kg	€3.99/kg	ClemenGold Mandarins
	TESCO	100 g	€1.89 €18.90/kg	Farm Select Asparagus Tips
	TESCO	375 g	€5.00 €13.33/kg	Blueberry

Producto	Punto de venta	Unidad	Precio	Descripción producto
	SUPERVALU	300 g	€2.77 €9.23/kg	Frozen Blueberries
	SUPERVALU	340 g	€2.21 €6.50/kg	Frozen Strawberries
	TESCO	500 g	€2.00 €4.00/kg	Frozen Mango Chunks
	TESCO	300 g	€2.50 €8.33/kg	Frozen Blueberries

Fuente: Elaboración propia – precios mayo 2025

Además de estas formas de presentación, los supermercados irlandeses también pueden utilizar diferentes técnicas para resaltar la frescura y calidad de sus productos. Esto puede incluir la exhibición de las frutas y verduras en condiciones de refrigeración adecuadas, la colocación de señalizaciones que resaltan la calidad y origen de los productos, y la organización de promociones y ofertas especiales para incentivar la compra de frutas y verduras.

En supermercados irlandeses, las frutas y verduras frescas suelen presentarse en secciones separadas de las congeladas, con énfasis en productos locales y de temporada. Las frutas y verduras congeladas, a menudo en bolsas o paquetes, se exhiben en congeladores y ofrecen opciones más amplias durante todo el año.

Enfoque en la frescura y lo local:

- En Irlanda, hay un énfasis en la promoción de productos locales y de temporada, especialmente en la sección de productos frescos.
- Los supermercados irlandeses suelen ofrecer opciones como "productos de Irlanda" o "productos de temporada" para destacar la frescura y el origen de sus productos.

Alternativas a la presentación tradicional:

- Algunos supermercados también están implementando sistemas de seguimiento de la frescura, como etiquetas con códigos QR que brindan información sobre el origen y la historia de los productos.
- También se busca la sostenibilidad, con la promoción de productos orgánicos y la reducción del plástico en el embalaje.

5.5 Percepción del producto peruano

El mercado irlandés, caracterizado por una dependencia significativa de las importaciones debido a limitaciones climáticas y una creciente conciencia sobre la salud entre los consumidores, presenta oportunidades sustanciales para los exportadores peruanos.

Sin embargo, la conciencia actual sobre los productos peruanos es limitada, y los exportadores deben abordar las percepciones sobre la calidad, la seguridad y el impacto ambiental.

Las estrategias de entrada al mercado deben centrarse en productos específicos con alto potencial, como aguacates, mangos, uvas y arándanos, aprovechando el Acuerdo Comercial Perú-UE y haciendo llegar a los compradores la existencia de otros productos menos conocidos, pero con gran calidad.

La diferencia en el consumo entre verduras y frutas congeladas sugiere un potencial sin explotar en el sector de las frutas congeladas que podría explorarse mediante un marketing específico e innovación de productos.

Se recomienda a los exportadores peruanos que enfatizen la calidad, los beneficios nutricionales y la conveniencia de sus productos, al tiempo que abordan las preocupaciones de los consumidores a través de certificaciones transparentes, etiquetado eficaz y estrategias de marketing dirigidas.

Establecer relaciones sólidas con las principales cadenas de supermercados y explorar canales de distribución alternativos como mercados de agricultores y minoristas en línea también serán fundamentales para lograr una presencia exitosa en el mercado irlandés.

La conciencia actual entre los consumidores irlandeses con respecto a las frutas y verduras de Perú parece ser limitada. Sin embargo, existen algunos productos peruanos específicos que podrían tener cierta presencia en el mercado irlandés. Por ejemplo, las mandarinas y los aguacates (paltas) importados a Irlanda.

Los exportadores peruanos necesitarán invertir en marketing y educación para presentar sus productos a los consumidores irlandeses.

Sin una exposición previa significativa, es poco probable que los consumidores irlandeses busquen activamente frutas y verduras peruanas. Por lo tanto, se necesita un enfoque estratégico centrado en crear conciencia de marca a través de campañas de marketing dirigidas, destacando los atributos únicos de los productos peruanos y, potencialmente, asociándose con minoristas o personas influyentes en la industria alimentaria irlandesa.

Recomendaciones para los Exportadores Peruanos

Estrategias de Entrada al Mercado Dirigidas: Se recomienda centrarse en categorías de productos específicos con alto potencial (identificados en el estudio), dirigirse a segmentos de consumidores específicos en función del análisis demográfico y de los patrones de consumo y adaptar las ofertas de productos (por ejemplo, certificación orgánica, variedades específicas) para satisfacer las preferencias de los consumidores irlandeses.

Abordar las Preocupaciones de los Consumidores: Es fundamental obtener las certificaciones de calidad y seguridad pertinentes (por ejemplo, Global GAP, Comercio Justo) para generar confianza.

Se sugiere un etiquetado transparente que indique claramente el origen y cualquier certificación relevante. También se recomienda comunicar los esfuerzos hacia la agricultura sostenible y la logística eficiente para abordar las preocupaciones sobre las millas de alimentos.

Marketing y Marca Eficaces: Desarrollar una narrativa de marca convincente que destaque la calidad, el sabor y potencialmente el origen único de los productos peruanos. Utilizar marketing en línea, campañas en redes sociales y colaboraciones con blogueros e influencers gastronómicos irlandeses para crear

conciencia. Considerar la participación en ferias y eventos gastronómicos irlandeses para exhibir productos peruanos.

Canales de Distribución y Asociaciones: Centrarse en construir relaciones con las principales cadenas de supermercados en Irlanda, comprendiendo sus requisitos de abastecimiento y estándares de calidad. Explorar asociaciones con importadores y distribuidores irlandeses especializados en productos frescos y congelados. Considerar oportunidades en el sector de servicios de alimentos (restaurantes, catering). Investigar el potencial de suministro a tiendas locales y mercados de agricultores, particularmente para productos de nicho o de alto valor.

VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

6.1 Medidas arancelarias

Las medidas arancelarias objeto de estudio que aplican para los productos indicado en la tabla:

Tabla: Partidas arancelarias

Producto	Partida Arancelaria Perú	Partida Arancelaria UE
Uvas frescas	0806.10.00	0806.10.00
Arándanos, mirtilos y frutos del género Vaccinium frescos	0810.40.00	0810.40.00
Aguacates (paltas), frescos o secos	0804.40.00	0804.40.00
Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	Guayabas: 0804.50.10 Mangos / mangostanes: 0804.50.20	0804.50.00
Granada fresca/ maracuyá fresco/ granadilla fresca/Pitahaya	Maracuyá / granadilla: 0810.90.10 Pitahaya: 0810.90.40	0810.90.00
Mandarinas y sus variedades híbridas	0805.21.00	0805.21.00
Limonas y Limas	Limonas sutil, común, criollo: 0805.50.21 Lima Tahití: 0805.50.22	0805.50.00
Naranjas (Tangelo)	Naranjas: 0805.10.00 Tangelo: 0805.29.10	0805.10.00
Dátiles	0804.10.00	0804.10.00
Espárragos	0709.20.00	0709.20.00
Cebollas	0703.10.00	0703.10.00
Ajos	0703.20.90	0703.20.00
Jengibre	0910.11.00	0910.11.00
Mango Congelado	0811.90.91	0811.90.00
Pulpa de Maracuyá	0811.90.94	0811.90.00
Palta congelada	0811.90.99	0811.90.00
Arándanos congelados	0811.90.99.00	0811.90.00
Fresas, Frutillas Congeladas, Piña y Açai	Fresas / frutillas congeladas: -Con azúcar u otro edulcorante: 0811.10.10 - Sin adición de azúcar: 0811.10.90 Açai (frutas congeladas no especificadas): 0811.90.99.00	0811.10.00

En general, como Irlanda es miembro de la Unión Europea (UE), se aplican las normas arancelarias de la UE a las importaciones desde países fuera de la UE. Esto significa que los aranceles, si los hay, se basan en el Arancel Aduanero Común de la UE.

Los productos objeto de este estudio de mercado (frutas y verduras frescas y congeladas), están exentos de aranceles al importarse a la UE desde muchos países, incluyendo algunos de Latinoamérica y otros proveedores importantes. Esto se debe a acuerdos comerciales preferenciales que la UE tiene con varios países.

El acuerdo comercial entre Perú y la Unión Europea ofrece preferencias arancelarias de 0%

No obstante, en el momento de realizar la exportación habrá que verificar este dato, por si se produjese algún tipo de contingente a la importación o similar por parte de Irlanda y/o UE a alguno de los productos.

6.2 Medidas no arancelarias

Exportar frutas y hortalizas frescas o congeladas desde Perú a Irlanda implica cumplir con diversas medidas no arancelarias establecidas por la Unión Europea (UE). A continuación, se detallan los principales requisitos y normativas aplicables:

Requisitos Fitosanitarios

Certificado Fitosanitario: Es obligatorio para la mayoría de las frutas y hortalizas frescas. Este certificado debe ser emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) de Perú y garantiza que los productos han sido inspeccionados y están libres de plagas y enfermedades.

Controles en Frontera: Los productos vegetales están sujetos a controles documentales, de identidad y físicos en los puntos de entrada de la UE. Es esencial que los importadores estén registrados ante las autoridades competentes del Estado miembro correspondiente

Límites Máximos de Residuos (LMR)

La UE establece límites estrictos para los residuos de plaguicidas en productos alimenticios. Los exportadores deben asegurarse de que sus productos cumplan con estos límites para evitar rechazos en frontera.

Tabla: Requisitos LMR

Producto	Sustancia activa	Nuevo LMR (mg/kg)	LMR anterior (mg/kg)	Reglamento
Manzana	Piriproxifeno	0,05	0,2	(UE) 2023/1753
Pera	Piriproxifeno	0,01	0,2	(UE) 2023/1753
Cereza	Piriproxifeno	1,5	1,0	(UE) 2023/1753
Uva	Piriproxifeno	0,01	0,05	(UE) 2023/1753
Kiwi	Piriproxifeno	0,01	0,05	(UE) 2023/1753
Aguacate	Piriproxifeno	0,01	0,05	(UE) 2023/1753
Mango	Deltametrina	0,05	0,01	(UE) 2024/1342
Papaya	Deltametrina	0,10	0,01	(UE) 2024/1342
Cítricos	Deltametrina	0,02	0,04	(UE) 2024/1342
Limón	Metalaxil	0,01	0,5	(UE) 2024/1342
Mandarina	Metalaxil	0,4	0,5	(UE) 2024/1342
Uva de mesa	Metalaxil	1,5	2,0	(UE) 2024/1342
Aguacate	Tiabendazol	15	20	(UE) 2024/1342
Papaya	Tiabendazol	0,01	10	(UE) 2024/1342
Frutas de hueso	Quinclorac	0,01	-	(UE) 2024/1355
Frutas de pepita	Quinclorac	0,01	-	(UE) 2024/1355
Cebolla	Metalaxil	0,03	0,5	(UE) 2024/1342

Fuente: elaboración propia

Aplicación de LMR en Productos Congelados

Para frutas y hortalizas congeladas, los LMR se determinan considerando los valores establecidos para el producto fresco, ajustados mediante factores de procesamiento. Estos factores tienen en cuenta cómo el proceso de congelación puede afectar la concentración de residuos de plaguicidas. Por ejemplo, si un plaguicida es sensible al frío, su concentración podría disminuir durante la congelación. Sin embargo, en muchos casos, la congelación no altera significativamente los niveles de residuos, por lo que los LMR del producto fresco se aplican directamente al producto congelado.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de LMR aplicables a frutas y hortalizas congeladas, basados en los valores establecidos para los productos frescos:

Frutas Congeladas

- Aguacate : 0,04 mg/kg
- Mango : 0,03 mg/kg
- Piña : 0,03 mg/kg
- Cítricos (naranjas, limones, mandarinas): 0,2–0,5 mg/kg

Higiene y Seguridad Alimentaria

Reglamento (CE) 852/2004: Establece normas de higiene para los alimentos de origen no animal. Los exportadores deben implementar sistemas de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) para garantizar la inocuidad de los alimentos.

Contaminantes y Microorganismos: Existen regulaciones específicas sobre los niveles máximos permitidos de contaminantes como micotoxinas, metales pesados y microorganismos patógenos en frutas y hortalizas.

Etiquetado y Trazabilidad

Los productos deben cumplir con las normativas de etiquetado de la UE, que incluyen:

- Nombre del producto
- País de origen
- Fecha de caducidad o consumo preferente
- Información nutricional
- Presencia de alérgenos, si aplica
- Además, es obligatorio mantener registros que permitan la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de suministro.

Embalajes y Materiales en Contacto

Norma NIMF-15: Los embalajes de madera utilizados en el transporte deben cumplir con la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias NIMF-15, que exige tratamientos específicos para prevenir la introducción de plagas.

Materiales en Contacto con Alimentos

Los materiales de embalaje deben ser seguros y no transferir sustancias nocivas a los alimentos. La UE regula los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con alimentos para garantizar su seguridad.

Las autoridades competentes irlandesas responsables de los controles oficiales de los alimentos incluyen:

- La Autoridad de Seguridad Alimentaria de Irlanda: autoridad competente con responsabilidad general sobre la aplicación de la legislación alimentaria en Irlanda.
- El Departamento de Agricultura, Alimentación y Marina
- El Servicio Ejecutivo de Salud
- Autoridad de Protección de la Pesca Marítima
- El Instituto Marino
- La Autoridad Nacional de Normas de Irlanda (NSAI)
- El Laboratorio Estatal

6.2.1 Medidas técnicas

La exportación de frutas desde Perú a Irlanda está sujeta a un riguroso conjunto de requisitos sanitarios y fitosanitarios establecidos por la Unión Europea (UE) e implementados en Irlanda por sus autoridades competentes. El cumplimiento de estas regulaciones es fundamental para garantizar el acceso exitoso y sostenible al mercado irlandés. Las principales autoridades involucradas son el Departamento de Agricultura, Alimentación y Marina (DAFM), responsable de la sanidad vegetal y animal y de los controles fronterizos; el Servicio de Salud Ambiental del Servicio de Salud de Irlanda (HSE), encargado del control de los alimentos de origen no animal; y la Autoridad de Seguridad Alimentaria de Irlanda (FSAI), que establece las normas generales de seguridad alimentaria y proporciona directrices. Para la mayoría de las frutas, se requiere un Certificado Fitosanitario emitido por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) de Perú (SENASA). El Acuerdo Comercial UE-Perú juega un papel importante al facilitar el comercio, potencialmente ofreciendo beneficios arancelarios y condiciones comerciales armonizadas.

Es fundamental obtener un Certificado Fitosanitario emitido por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) de Perú (SENASA).

En general, todas las plantas y algunos productos vegetales que ingresan a la UE desde terceros países requieren un certificado fitosanitario. Las frutas se consideran productos vegetales según estas regulaciones. El certificado atestigua que el envío ha sido inspeccionado oficialmente y está libre de plagas y enfermedades dañinas de acuerdo con los requisitos del país importador. El certificado fitosanitario debe cumplir con los requisitos de sanidad vegetal de la UE, tal como se establece en el Reglamento (UE) 2019/2072.

Obtener un Certificado Fitosanitario de SENASA es un requisito ineludible para la exportación de la mayoría de los tipos de frutas desde Perú a Irlanda. Este certificado es la principal evidencia de que las frutas cumplen con las normas de sanidad vegetal de la UE y son seguras para importar en términos de plagas y enfermedades. Los exportadores peruanos deben trabajar en estrecha colaboración con SENASA para comprender los procesos específicos de inspección y certificación para sus frutas.

El Certificado Fitosanitario es una piedra angular de las medidas de bioseguridad de la UE, ya que garantiza que las plantas y los productos vegetales importados no introduzcan organismos nocivos que puedan dañar la agricultura y el medio ambiente. Sin este certificado, a la mayoría de los envíos de frutas desde Perú probablemente se les negará la entrada a Irlanda.

Las regulaciones de la UE que rigen la importación de plantas y productos vegetales de terceros países se encuentran en el Reglamento (UE) 2019/2072.

Existen posibles exenciones para tipos específicos de frutas (por ejemplo, plátanos, piñas, cocos, durian, dátiles). Las frutas de cocos, dátiles, plátanos, piñas y durian están exentas del requisito de un certificado fitosanitario al ingresar a la Unión Europea (Anexo XII, Parte C del Reglamento (UE) 2019/2072). Si los exportadores peruanos comercializan estos cinco tipos específicos de frutas, podrían estar exentos del requisito del certificado fitosanitario, lo que podría simplificar el proceso de exportación.

Sin embargo, es fundamental verificar la última versión del reglamento para asegurarse de que estas exenciones sigan vigentes y de que no se apliquen otras condiciones específicas a estas frutas procedentes de Perú. Incluso con esta exención, seguirán aplicándose los procedimientos generales de seguridad alimentaria e importación. La exención para estas frutas en particular probablemente se basa en una evaluación de riesgos que indica una menor probabilidad de que porten plagas o enfermedades de interés para la UE. Sin embargo, esta exención es específica y no se extiende a otros tipos de frutas. Los exportadores siempre deben consultar las regulaciones oficiales para obtener la información más actualizada.

Pueden aplicarse condiciones fitosanitarias específicas a las frutas procedentes de Perú. Los requisitos específicos pueden variar según el tipo de fruta que se exporte.

Procedimientos de Importación y Controles Fronterizos:

- Los importadores de alimentos en Irlanda deben cumplir con los requisitos de registro. Todas las empresas establecidas fuera de la UE, incluido Perú, necesitan un número EORI para presentar una declaración de aduana en Irlanda. Este número es único para la empresa. Los importadores de plantas y productos vegetales regulados, incluidas las frutas, deben registrarse en el DAFM. Este registro es necesario para acceder a la plataforma de importación en línea y presentar la documentación requerida. Los operadores de empresas alimentarias que importan alimentos de origen no animal con fines comerciales en Irlanda deben notificar su empresa al Servicio de Salud Ambiental del HSE. Esto a menudo se puede hacer en línea. Los exportadores peruanos que tengan la intención de vender sus frutas en Irlanda deben completar estos pasos de registro. La obtención de un número EORI es el primer paso para las aduanas, mientras que el registro en el DAFM y el HSE garantiza el cumplimiento de las regulaciones de sanidad vegetal y seguridad alimentaria, respectivamente. Esto destaca la necesidad de que las empresas peruanas establezcan una presencia legal y operativa, incluso a través de un agente, para gestionar estos registros. Estos requisitos de registro permiten a las autoridades irlandesas identificar y rastrear a todas las entidades involucradas en la importación de alimentos y productos vegetales. Esto es crucial para hacer cumplir las regulaciones, garantizar la trazabilidad y gestionar cualquier riesgo potencial para la salud pública y vegetal.
- Es obligatorio pre-notificar los envíos de importación a través del sistema TRACES NT (Sistema de Expertos y Control del Comercio - Nueva Tecnología).
- El Documento Común de Entrada Sanitaria para Plantas, Productos Vegetales y Material de Propagación Vegetal (CHED-PP) y su presentación son esenciales.
- También se deben presentar copias de otra documentación de respaldo, como el Certificado Fitosanitario, la factura y la lista de empaque. La presentación precisa y completa del CHED-PP, junto con todos los documentos de respaldo requeridos, es esencial para el procesamiento sin problemas de las importaciones de frutas en el BCP irlandés. Los exportadores peruanos deben asegurarse de tener toda la información y la documentación necesarias listas para su presentación a través de TRACES NT. El CHED-PP sirve como declaración del envío y proporciona al BCP todos los detalles necesarios para realizar las verificaciones requeridas. La documentación incompleta o incorrecta puede provocar retrasos y el posible rechazo del envío.

- Los Puestos de Control Fronterizo (BCP) designados en Irlanda para productos vegetales incluyen el puerto de Dublín, el aeropuerto de Dublín y el puerto de Rosslare Europort. Todos los envíos comerciales de plantas y productos vegetales regulados procedentes de países no pertenecientes a la UE deben importarse a través de un Puesto de Control Fronterizo (BCP) aprobado.

Los exportadores peruanos deben asegurarse de que sus envíos de frutas se dirijan a uno de estos BCP designados en Irlanda. Intentar ingresar a través de otros puertos o aeropuertos podría provocar la detención del envío y que se informe al importador del procedimiento correcto. Estos BCP están equipados con las instalaciones necesarias y personal capacitado para llevar a cabo los controles fitosanitarios específicos requeridos para las importaciones de productos vegetales. Esto garantiza que las verificaciones se realicen de manera efectiva y de acuerdo con las regulaciones de la UE.

Nombre del BCP	Ubicación	Información de Contacto (si está disponible)
Puerto de Dublín	Dublín	John.Eivers@agriculture.gov.ie, Teléfono de guardia: 0877194740
Aeropuerto de Dublín	Dublín	John.Eivers@agriculture.gov.ie, Teléfono de guardia: 0873483045
Rosslare Europort	Condado Wexford	John.Eivers@agriculture.gov.ie, Barry.Kavanagh@agriculture.gov.ie

- Existe la posibilidad de que se tomen muestras y se realicen análisis de laboratorio para garantizar el cumplimiento.

Requisitos de Embalaje y Etiquetado para Frutas Importadas:

- Las regulaciones de la UE sobre el etiquetado de productos alimenticios se encuentran en el Reglamento (UE) N° 1169/2011. Este reglamento exige información específica que debe mostrarse en las etiquetas de los alimentos, incluido el nombre del alimento, una lista de ingredientes (si corresponde), información sobre alérgenos, cantidad neta, fecha de duración mínima ('consumir preferentemente antes de'), condiciones especiales de conservación y el nombre y la dirección del operador de la empresa alimentaria responsable del alimento en la UE (el importador). También debe indicarse el país de origen del alimento, especialmente si su ausencia pudiera inducir a error a los consumidores. Los exportadores peruanos deben asegurarse de que el embalaje de sus frutas incluya toda la información obligatoria de etiquetado requerida por la legislación de la UE. Esto incluye indicar claramente 'Perú' como país de origen y proporcionar los datos de su importador irlandés. La atención al detalle en el etiquetado es crucial para el cumplimiento y la información del consumidor. Las regulaciones de etiquetado de alimentos de la UE están diseñadas para proporcionar a los consumidores información completa sobre los alimentos que compran, lo que les permite tomar decisiones informadas. El cumplimiento de estas regulaciones es un requisito legal para la comercialización de productos alimenticios en el mercado de la UE.
- Existen requisitos de etiquetado específicos para frutas frescas, incluido el nombre del producto, el país de origen, la categoría de calidad y, potencialmente, la variedad y el tamaño. Ciertas frutas frescas están sujetas a normas de comercialización específicas, que pueden requerir el etiquetado con su clase (por ejemplo, 'Categoría Extra', 'Categoría I', 'Categoría II') y, a veces, variedad y tamaño. Para las frutas enviadas a granel, esta información podría estar en los documentos

adjuntos o en un aviso dentro del vehículo de transporte. Para el envasado al por menor, debe estar claramente visible en la etiqueta. Los exportadores peruanos deben determinar si sus tipos específicos de frutas están sujetos a estas normas de comercialización específicas y asegurarse de que su etiquetado cumpla en consecuencia. Esto podría requerir la clasificación de sus frutas de acuerdo con las normas de la UE. Las normas de comercialización para frutas frescas garantizan la coherencia en la calidad y la presentación en todo el mercado de la UE. El cumplimiento ayuda a facilitar el comercio y proporciona a los consumidores una comprensión clara del producto que están comprando.

- Existen requisitos para los materiales de embalaje para garantizar la seguridad alimentaria y prevenir la contaminación. El embalaje debe ser adecuado para el transporte de productos frescos, protegiéndolos de daños y contaminación. Los materiales utilizados dentro del embalaje deben estar limpios y no representar un riesgo de contaminación para la fruta. La UE también tiene regulaciones con respecto a los residuos de envases y la reciclabilidad de los materiales de embalaje. Si bien no es directamente un requisito sanitario, es un aspecto importante de la comercialización de productos en el mercado de la UE. Los exportadores peruanos deben utilizar materiales de embalaje de calidad alimentaria, limpios y apropiados para el tipo de fruta que se envía para mantener su calidad y seguridad durante el tránsito. También deben tener en cuenta las regulaciones ambientales más amplias de la UE con respecto al embalaje. Un embalaje adecuado es esencial para preservar la calidad y seguridad de las frutas frescas durante su viaje desde Perú a Irlanda. Evita daños físicos, deterioro y contaminación, asegurando que el producto llegue al consumidor en buenas condiciones.
- Existen requisitos de idioma para las etiquetas. La información en las etiquetas de los alimentos debe estar en un idioma que los consumidores del mercado donde se venden los alimentos puedan entender fácilmente. En Irlanda, este es generalmente inglés o irlandés. Si bien las etiquetas multilingües son aceptables, al menos la información obligatoria debe proporcionarse en inglés para garantizar el cumplimiento y la comprensión por parte de los consumidores irlandeses. Los exportadores peruanos deben asegurarse de que las etiquetas de sus envases de frutas estén en inglés para cumplir con los requisitos de idioma del mercado irlandés. Esto facilitará la comprensión del consumidor y el cumplimiento de las regulaciones. Un etiquetado claro y comprensible es crucial para que los consumidores accedan a la información sobre los alimentos que compran. Proporcionar esta información en el idioma local es un requisito clave para la comercialización de productos.

En la parte B del anexo I del Reglamento (CE) n.º 1580/2007 (ya no está en vigor, versión actualizada al 1 de junio de 2011) se establecen normas específicas de comercialización para los siguientes productos:

Fruta

- a. Fruta cítrica
- b. Melocotones y nectarinas
- c. Fresas
- d. Uvas de mesa

Los requisitos de las normas específicas de comercialización se aplican a las frutas y hortalizas mencionadas anteriormente, que deben suministrarse frescas al consumidor. Quedan excluidos los productos destinados a la transformación industrial.

Los siguientes productos están actualmente sujetos a normas de comercialización específicas:

Normas específicas de comercialización – Fruta

Frutos cítricos

Limonos de variedades (cultivares) cultivados a partir de la especie *Citrus limon* (L.) Burm. f.,

Mandarinas de variedades (cultivares) cultivadas a partir de la especie *Citrus reticulata* Blanco, incluidas satsumas (*Citrus unshiu* Marow.), clementinas (*Citrus clementina* Hort. ex Tan.), mandarinas comunes (*Citrus deliciosa* Ten.) y tangerinas (*Citrus tangerina* Hort. ex Tan.) cultivadas a partir de estas especies y sus híbridos.

Naranjas de variedades (cultivares) cultivadas a partir de la especie *Citrus sinensis* (L.) Osb.

Melocotones y nectarinas

Melocotones y nectarinas de variedades (cultivares) de *Prunus persica* Sieb. y Zucc., para su suministro fresco al consumidor. Quedan excluidos los melocotones y nectarinas destinados a la industria.

Fresas

Fresas de variedades (cultivares) cultivadas del género *Fragaria* L.

Uvas de mesa

Uvas de mesa de variedades (cultivares) obtenidas de *Vitis vinifera* L.

Requisitos de las normas de comercialización específicas

Las normas específicas de comercialización clasifican las frutas y hortalizas en tres clases y los requisitos para cada clase del producto específico se establecen en el anexo del Reglamento (CE) n.º 1580/2007.

- I. Clase 'extra'
- II. Clase I
- III. Clase II

La Norma también establece disposiciones relativas a:

- Calidad – requisitos mínimos, clasificación, dimensionamiento
- Tolerancias en cuanto a calidad y calibre que se permiten en cada envase para productos que no satisfacen los requisitos de la clase indicada
- Presentación – uniformidad del producto, embalaje, presentación
- indicaciones en el embalaje que deberán figurar en letras agrupadas en la misma cara, marcadas de forma legible e indeleble y visibles desde el exterior.

6.2.2 Medias no técnicas

Embalaje

Los productos deben envasarse de forma que queden protegidos adecuadamente.

Los materiales utilizados en el interior del envase deben ser nuevos, limpios y de una calidad que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos con especificaciones comerciales, siempre que la impresión o el etiquetado se hayan realizado con tinta o pegamento no tóxicos.

Los paquetes deben estar libres de cualquier materia extraña.

Las pegatinas adheridas individualmente al producto deberán ser tales que, al retirarlas, no dejen restos visibles de pegamento ni provoquen defectos en la piel.

Para envolver un producto se deberá utilizar papel fino, seco, nuevo y sin olores.

Indicaciones requeridas en el embalaje

Cada bulto deberá llevar, en letras agrupadas en la misma cara, marcadas de forma legible e indeleble y visibles desde el exterior, las siguientes indicaciones:

A. Identificación

El nombre y la dirección del envasador y/o del expedidor.

Esta mención podrá ser sustituida:

- para todos los paquetes, con excepción de los preenvases, mediante la marca de código emitida o aceptada oficialmente que representa al envasador y/o al despachador, indicada en estrecha relación con la referencia 'Envasador y/o Despachador' (o abreviaturas equivalentes),
- Únicamente para los preenvases, mediante el nombre y la dirección de un vendedor establecido en la Comunidad, indicados junto con la mención «Envasado para:» o una mención equivalente. En este caso, el etiquetado incluirá también un código que represente al envasador o al expedidor. El vendedor proporcionará toda la información que el organismo de control considere necesaria sobre el significado de este código.

B. Naturaleza del producto

C. Origen del producto

País de origen y, opcionalmente, distrito de cultivo o nombre del lugar nacional, regional o local.

D. Especificaciones comerciales

E. Marca de control oficial (opcional)

6.3 Normas privadas

Estos son algunos aspectos clave de las normas privadas para la importación de frutas y verduras a Irlanda:

1. Normas específicas para los minoristas: Los principales supermercados de Irlanda y de toda Europa suelen tener sus propias normas específicas que deben cumplir los proveedores. Algunos ejemplos son Tesco Nurture, Field-to-Fork de Marks & Spencer y estándares de minoristas como Lidl, REWE y Carrefour. Estas normas pueden abarcar diversos aspectos de la producción, el procesamiento y el envasado.
2. Certificaciones reconocidas por la GFSI: Muchos importadores y minoristas europeos establecidos exigirán a los proveedores que tengan certificaciones reconocidas por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI). Las certificaciones populares reconocidas por GFSI para productos frescos incluyen:
 1. GLOBALG. A.P.: Se enfoca en las buenas prácticas agrícolas.
 2. IFS Food Standard: Una norma de seguridad alimentaria ampliamente reconocida en Alemania y Francia, también común en otros mercados europeos.
 3. BRCGS Food Safety: Comúnmente requerido por los minoristas del Reino Unido y también prevalente en Europa continental.

3. Estándares sociales y éticos: Los minoristas están cada vez más preocupados por los aspectos sociales y éticos de sus cadenas de suministro. A menudo se requieren normas como Sedex (SMETA) y amfori BSCI, que se centran en las condiciones de trabajo y el comercio ético.
4. Estándares de sostenibilidad: La sostenibilidad se está convirtiendo en un factor crítico para los agronegocios y los alimentos irlandeses. Aunque no siempre son obligatorias, las certificaciones y el cumplimiento de las normas de sostenibilidad pueden proporcionar una ventaja competitiva y satisfacer las expectativas de determinados compradores y consumidores. Los minoristas pueden tener requisitos específicos relacionados con las prácticas ambientales, la huella de carbono y el uso del agua.
5. Estándares de calidad: Más allá de los estándares generales de comercialización establecidos por las regulaciones, los minoristas a menudo tienen sus propios requisitos de calidad con respecto a la apariencia, el tamaño, la madurez y la calidad general de las frutas y verduras. También pueden tener preferencias por variedades específicas o proporciones de azúcar-ácido.
6. Normas de embalaje: Los minoristas pueden tener requisitos específicos para los materiales de embalaje, garantizar la seguridad alimentaria, prevenir daños y proporcionar información adecuada sobre el etiquetado.

Es crucial que los exportadores investiguen los requisitos específicos de sus compradores objetivo en Irlanda para garantizar el cumplimiento tanto de las regulaciones oficiales como de las normas privadas que puedan tener. El cumplimiento de estos estándares privados suele ser esencial para acceder a los principales canales minoristas y establecer relaciones comerciales a largo plazo.

VII. LOGISTICA

7.1 Canales de distribución

Los canales de distribución para productos frescos y congelados están dominados por los supermercados, aunque los mayoristas, el sector de la restauración, las tiendas especializadas, los mercados de agricultores y los canales en línea también desempeñan un papel importante.

Para los productos congelados, los supermercados son igualmente el principal canal, complementado por mayoristas, el sector de la restauración y un creciente sector de venta en línea.

El mercado está influenciado por tendencias de consumo hacia opciones orgánicas y convenientes, así como por desafíos relacionados con el Brexit, los costos de los insumos y la sostenibilidad.

El panorama del comercio minorista en Irlanda está dominado por varias cadenas de supermercados importantes. Entre ellas se encuentran Dunnes, Tesco, SuperValu, Lidl y Aldi, que, según, controlaban una parte significativa del mercado a febrero de 2024.

Tabla: Principales cadenas supermercados en Irlanda

Principales cadenas de supermercados en Irlanda, según la cuota de mercado de 2024	
Cadena de Supermercados	Cuota de Mercado Estimada (%)
Dunnes	24.3
Tesco	23.5
SuperValu	20.6
Lidl	12.8
Aldi	10.9
Otros	7.8

Fuente: elaboración propia

Canales de Distribución de Frutas y Verduras Frescas en Irlanda

Supermercados e Hipermercados

Los supermercados e hipermercados representan el canal de distribución más significativo para las frutas y verduras frescas en Irlanda, manejando más del 75% del volumen total de ventas, lo que destaca su papel central en el mercado.

Estos grandes formatos sirven como el principal punto de acceso para los productos frescos importados, lo que los hace cruciales para los proveedores internacionales que buscan ingresar al mercado irlandés. El mercado irlandés de venta minorista de productos frescos está altamente concentrado, con solo cinco grandes cadenas de supermercados que controlan colectivamente una participación dominante del 92.5%, lo que indica un panorama competitivo dominado por unos pocos actores clave.

Los minoristas en Irlanda suelen obtener sus suministros de frutas y verduras frescas de importadores establecidos o proveedores preferidos, siendo Fyffes uno de los principales actores en esta cadena de suministro.

Las grandes cadenas de supermercados a menudo prefieren trabajar exclusivamente con un único importador o distribuidor para optimizar sus operaciones logísticas y garantizar un suministro constante.

SuperValu pone un fuerte énfasis en el abastecimiento de productos a nivel local y apoya activamente a los proveedores irlandeses, trabajando con más de 1800 productores nacionales, lo que indica un compromiso con la agricultura local.

Tesco Ireland participa en contratos a largo plazo con proveedores irlandeses como Country Crest para productos específicos como papas y cebollas, lo que brinda estabilidad a los productores locales.

Aldi Ireland realizó inversiones sustanciales en sus relaciones con proveedores irlandeses de alimentos y bebidas, por un total de 1.100 millones de euros en 2022, lo que destaca su importante contribución a la economía local.

También ejecutan iniciativas como el programa "Grow with Aldi", diseñado para apoyar y desarrollar pequeñas y medianas empresas irlandesas, fomentando el emprendimiento local.²

Lidl Ireland tiene una política de obtener una parte significativa (70%) de su gama de productos de dentro de Irlanda y apoya activamente a los agricultores irlandeses, lo que indica un enfoque en el abastecimiento local dentro del sector minorista de descuento.

Los supermercados son el canal minorista dominante para las frutas y verduras en Irlanda. Comprender sus estrategias de abastecimiento y estándares de calidad es crucial para la entrada al mercado. Las tiendas locales y los mercados de agricultores ofrecen oportunidades para productos de nicho y potencialmente de mayor valor.

Para lograr una penetración significativa en el mercado irlandés, es probable que sea necesario establecer relaciones con las principales cadenas de supermercados debido a su importante cuota de mercado. Sin embargo, el creciente interés en los productos locales y orgánicos también sugiere que explorar asociaciones con mercados de agricultores, minoristas independientes y plataformas en línea podría brindar valiosas oportunidades de nicho de mercado para los exportadores peruanos.

Mayoristas e Importadores

Colaborar con importadores o agentes especializados en frutas y verduras frescas es una forma primordial y eficaz para que los exportadores internacionales accedan al mercado irlandés, dada la dependencia del país de las importaciones.

Dublín alberga el mercado mayorista más grande de Irlanda, que sirve como centro central para la distribución de productos frescos.

Aunque el histórico Mercado de Frutas, Verduras y Flores de Dublín ha cerrado sus operaciones tradicionales, actualmente se encuentra en una importante remodelación de 25 millones de euros con planes de reapertura como un centro minorista y de alimentos de usos múltiples en 2026, lo que indica una modernización de la infraestructura mayorista.

Los principales mayoristas y distribuidores que operan en Irlanda incluyen Leinster Fresh Produce, que abastece a minoristas y empresas de catering; Leonard's Fruit Market, un proveedor de larga trayectoria en la región de Leinster; Cullen's Fruit & Veg, conocido por frutas y verduras preparadas para el sector de la restauración; Caterway Dublin, una empresa familiar que realiza entregas a establecimientos de restauración y minoristas ; Dole Ireland, que tiene una importante red de mayoristas con alcance nacional ; Fanfruit, una empresa familiar que abastece al sector de la restauración ; Durnin's Fruit and Veg, un proveedor para los sectores minorista, de restauración y mayorista ; Donnelly Fresh Produce, involucrado en el abastecimiento, cultivo y distribución; Musgrave MarketPlace, un importante operador mayorista de alimentos y cash-and-carry ; K&M Fruit and Veg, un mayorista con sede en Dublín 36; Iverk Produce, un proveedor importante en el sureste ; Ready Chef, un proveedor de productos frescos y preparados ; y K&K Produce, especializado en patatas, frutas y verduras.

Como conclusión, los mayoristas e importadores forman una capa vital en la cadena de suministro irlandesa de productos frescos, proporcionando servicios esenciales como la consolidación, el almacenamiento y la distribución tanto a los minoristas como al sector de la restauración. Sus redes establecidas y su experiencia son invaluable para el acceso al mercado.

Sector de la Restauración (HORECA):

El sector de la restauración en Irlanda, que abarca restaurantes, hoteles, servicios de catering y hospitales (HORECA), representa un mercado importante para las frutas y verduras frescas.

Las empresas dentro del sector HORECA suelen obtener sus demandas de productos frescos de mayoristas locales, que pueden proporcionar los volúmenes y la variedad necesarios.

Se estima que los distribuidores suministran alrededor del 50% de los productos frescos consumidos por los establecimientos del sector de la hostelería, lo que destaca la importancia de este canal para los mayoristas.

Minoristas Especializados

Más allá de las principales cadenas de supermercados, los minoristas especializados, como las fruterías, las tiendas de alimentos independientes y las tiendas de productos orgánicos, atienden a un segmento del mercado de consumidores irlandeses que buscan tipos específicos de productos frescos.

Los mercados locales de alimentos (LFM) y las fruterías en Dublín utilizan tanto cadenas de suministro cortas (SFSC) como cadenas de suministro convencionales para obtener sus productos, lo que indica una combinación de fuentes locales y potencialmente importadas.

Mercados de Agricultores y Ventas Directas

Los mercados de agricultores en Irlanda ofrecen una plataforma invaluable para que los agricultores locales vendan sus productos directamente a los consumidores, evitando efectivamente los canales de distribución tradicionales y permitiendo una conexión más directa.

7.1.1 Rutas de acceso

Rutas logísticas desde Perú hacia Irlanda

Orígenes en Perú – puertos y aeropuertos

En Perú, las exportaciones de frutas y hortalizas frescas salen principalmente por el Puerto del Callao (Lima), que es el principal hub de contenedores del país. En el Callao operan grandes terminales (DP World, APM Terminals) que concentran buena parte del comercio agrícola. Otros puertos destacados en la costa Pacífico son Paita (Piura) –especializado en frutas y verduras con cámaras frigoríficas– y, en menor medida, Salaverry (La Libertad) y Paracas/Matarani (sur del país, Ica/Arequipa) para cítricos y uva. Por vía aérea, el principal punto de salida es el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (Lima), que cuenta con instalaciones de frío para perecibles. También se usan aeropuertos regionales (p. e. Arequipa, Trujillo, Piura) con vuelos nacionales a Lima para encadenarse a embarques internacionales.

Destinos en Irlanda – puertos y aeropuertos

Los principales puertos irlandeses receptores son Dublín (principal, maneja la mitad del comercio del país) y Cork. Otros puertos menores incluyen Limerick (puerto del Shannon) y Waterford. Irlanda cuenta con tres aeropuertos internacionales clave: Dublín, Cork y Shannon, los cuales reciben carga aérea refrigerada. Por ejemplo, Dublín (a 10 km del centro) y Shannon se usan para vuelos intercontinentales de carga; Cork tiene menor tráfico internacional.

Rutas marítimas comunes

No existen servicios marítimos directos Perú–Irlanda; las rutas implican transbordos en hubs internacionales. Lo más frecuente es navegar el canal de Panamá y cruzar el Atlántico hacia puertos de Europa Occidental. Por ejemplo, las cargas desde Callao o Paita pasan por Panamá (Balboa/Manzanillo) y llegan a Rotterdam (Países Bajos) o Amberes (Bélgica), para luego cabotarse a Dublín o Cork. Otras rutas cruzan por Nueva York (EE. UU.) o por España: existen servicios regulares desde puertos españoles (Bilbao, Vigo, Cádiz, Valencia) hacia Dublín, por lo que cargas peruanas pueden ir Callao→España→Irlanda. También se han usado transbordos vía puertos británicos (p. e. Londres/Southampton) antes del Brexit. En resumen, las rutas habituales son Lima–Panamá–Rotterdam–Irlanda o Lima–España (p. ej. Valencia)–Irlanda.

Rutas aéreas comunes

Para transporte urgente se emplean vuelos de carga o aviones de pasajeros con bodegas refrigeradas. Los embarques salen de Lima (Jorge Chávez) hacia hubs europeos y luego a Irlanda. Vuelos típicos: Lima–Madrid (Iberia/AirEuropa), Lima–Amsterdam (KLM), Lima–Fráncfort (Lufthansa), Lima–París (Air France) o Lima–Londres (British Airways), conectando luego con Dublín o Shannon. Por ejemplo, KLM conecta Lima–Ámsterdam–Dublín, Iberia Lima–Madrid–Dublín, Lufthansa Lima–Fráncfort–Londres–Shannon, etc. Estos vuelos alcanzan Irlanda en 1–2 días desde origen. Maersk destaca que, usando rutas aéreas rápidas, es posible entregar mercancía refrigerada en Dublín al día siguiente de llegada a Europa. En la práctica,

empresas de mensajería (DHL, FedEx, etc.) y aerolíneas cargo (Lufthansa Cargo, Cargolux, Emirates SkyCargo, Qatar Cargo) ofrecen frecuencias desde Perú vía sus centros en Europa u Oriente. Shannon, tradicionalmente hub transatlántico, puede recibir vuelos adicionales conectando América/EUROPA.

Tiempos estimados de tránsito

- Marítimo: Aproximadamente 20–30 días. Por ejemplo, según logística operativa, un contenedor estándar 40' sale de Callao a Rotterdam en ~20 días; sumando transbordos, llegar a Dublín lleva alrededor de 23–31 días. Rutas vía España/Atlántico (Valencia–Dublín) rondan 22–28 días.
- Aéreo: ~1–2 días puerta a puerta. Los vuelos Lima–Europa duran ~12–15 horas (con escalas), más despacho de aduana; en total, desde embarque en Lima hasta entrega en Dublín suele ser 24–48 horas. Para carga muy perecedera (fresas, bayas) se coordina envío express urgente.

Requisitos de cadena de frío y conservación

Los productos frescos y congelados exigen contenedores refrigerados (reefer) con temperatura controlada. En transporte marítimo se usan contenedores refrigerados de 20'/40' (incluso High Cube). Por ejemplo, contenedores reefer pueden regular desde -40 °C hasta +30 °C, cubriendo rangos de congelación profunda y refrigeración para verduras. MSC reporta disponibilidad global de reefer (20'/40' High Cube) para perecederos. En aerotransporte, la carga va en bodegas refrigeradas o aviones cargueros con unidad de frío.

Gráfico: Temperaturas y condiciones ideales para frutas

Producto	Temp. (°C)	Vent. (m³/h)	Humedad (%)	Ciclo Ventilación	Vida útil aproximada
Banana	+13 a +14.4	10–60	90–95	Off	~18–22 días
Mango	+8 a +14	25–30	85–95	Off	~2–4 semanas
Limón	+10 a +14	15–25	85–95	Off	~1–3 meses
Papaya	+7 a +13	10–30	85–90	Off	~1–3 semanas
Fresa	-0.5 a +0	10–15	90–95	Off	~3–8 días
Uva	-1 a +0	10–15	85–95	Off	~1–5 meses

Fuente: elaboración propia

Estas recomendaciones (temperatura, humedad, ventilación y ciclo) provienen de estándares de transporte refrigerado (Hamburg Süd). En general se mantienen altos niveles de humedad (85–95%) y se evita la ventilación continua (OFF) para frutas con etileno. Es esencial garantizar cadena de frío ininterrumpida: los productos deben ingresar al contenedor ya enfriados o congelados, y no romper la temperatura (no permitir descongelamiento parcial).

En particular, frutas congeladas (arándanos, mango en cubos, pulpas congeladas, etc.) se conservan típicamente a -18 °C (punto usual de congelación para alimentos) o inferior. La guía define “congelación” como mantener ≤ -18 °C; para calidad óptima a veces se usa “ultracongelación” (≈ -35 °C). Así, envíos de fruta congelada viajan en contenedores reefer ajustados a esos rangos.

Infraestructura de frío: Perú cuenta con cámaras frigoríficas en origen y en aeropuertos. Por ejemplo, Lima Cargo City (Jorge Chávez) tiene áreas climatizadas que garantizan la cadena de frío para frutas y otros perecederos. En destino irlandés, los operadores deben recibir la carga en muelles o aeropuertos con conexiones eléctricas para contenedores reefer.

Consideraciones específicas

- **Regulaciones fitosanitarias:** La UE exige que las importaciones de frutas y hortalizas frescas cumplan estrictos requisitos. Es necesario contar con *certificado fitosanitario oficial* expedido por SENASA (Perú) que acredite ausencia de plagas cuarentenarias. También se debe cumplir la normativa UE de límites de residuos (Regl. CE 396/2005). Las inspecciones en el punto de entrada (puerto irlandés) revisarán certificados, estado sanitario, y embalaje (p. ej. verifican que la madera esté marcada IPPC). La madera de palets o cajas debe ser tratada según NIMF-15 (tratamiento térmico, sello IPPC) para evitar plagas.
- **Aduanas y documentación:** Se requiere Declaración Única de Exportación (D.U.E.) en Perú y gestión de aduana en Irlanda. En Irlanda (UE) se aplica el arancel común y, según acuerdos, podrían requerirse certificados de origen. La franja aérea está sujeta a regulaciones de transporte internacional (IATA, trámites de seguridad).
- **Embalaje y contenedores:** Frutas frescas suelen enviarse en cajas ventiladas con forros o poliestireno, dentro de contenedores reefer estándar (20' o 40'). A veces se usan containers "High Cube" de mayor altura. Frutas congeladas van en contenedores congeladores (reefers) con control preciso (-18 °C) y niveles ajustables de humedad/ventilación. En aerotransporte, se utilizan *pallets refrigerados* o contenedores ULD con dry ice o unidades de refrigeración integradas.
- **Compatibilidad con vuelos y contenedores:** Ciertos volúmenes pueden viajar en bodegas de avión de pasajeros; cargas mayores o prioritarias van en aviones cargueros dedicados. Las navieras ofrecen contenedores reefer equipados con rastreo GPS/IoT para monitorear temperatura.

En suma, la exportación de frutas frescas y congeladas Perú-Irlanda requiere coordinación logística multimodal: contenedores reefer desde los puertos peruanos (Callao, Paita, etc.), tránsitos marítimos ~20–30 días vía Europa occidental, o bien rutas aéreas en ~1–2 días a través de hubs (Madrid, Ámsterdam, Londres, etc.), todo ello manteniendo la cadena de frío. Cumplir requisitos fitosanitarios (certificado SENASA) y aduaneros de la UE es crucial para la entrada de estos productos al mercado irlandés.

7.1.2 Costos logísticos

A continuación, se presenta una estimación detallada de los costos logísticos para exportar frutas frescas, hortalizas y frutas congeladas desde Perú hacia Irlanda, considerando tanto el transporte marítimo como el aéreo. Estos costos son aproximados y pueden variar según diversos factores, como la temporada, la demanda y las condiciones del mercado.

Transporte Marítimo (Contenedores Refrigerados)

Tabla: Costos Estimados por Tipo de Contenedor

Tipo de Contenedor	Costo Aproximado (USD)	Observaciones
20 pies estándar (dry)	\$1,200 – \$1,700	Para cargas no perecederas.
40 pies estándar (dry)	\$1,400 – \$2,400	Para cargas no perecederas.
40 pies refrigerado (reefer)	\$3,000 – \$3,500	Para productos perecederos; puede ser hasta 2-3 veces más caro que el dry.

Fuente: elaboración propia

Transporte Aéreo (Carga Perecedera)

Costos Estimados por Kilogramo

- Tarifa Base : \$4 – \$6 por kg.
- Recargos por Combustible y Seguridad: Pueden incrementar el costo total.
- Peso Volumétrico: Se aplica si el volumen de la carga es significativo en relación al peso real.

Tabla: Costos Estimados por Tipo de transporte

Medio de Transporte	Costo Estimado	Tiempo de Tránsito	Observaciones
Marítimo (reefer)	\$3,000 – \$3,500 por 40'	20 – 30 días	Más económico, pero con mayor tiempo de entrega.
Aéreo	\$4 – \$6 por kg	1 – 2 días	Más rápido, pero significativamente más caro.

Fuente: elaboración propia

7.1.3 Principales Agencias de transporte

Las rutas Perú–Irlanda son atendidas por navieras globales y transitarios especializados. Entre las líneas navieras destacan Maersk, MSC, CMA CGM, Hapag-Lloyd/Hamburg Süd, etc., que ofrecen espacios en contenedores reefer.

Para carga aérea participan aerolíneas de carga (Lufthansa Cargo, KLM Cargo, Air France Cargo, British Airways World Cargo, Emirates/KL con tráiler, etc.) y consolidadoras como DHL Global Forwarding, Kuehne+Nagel (FreshChain), DB Schenker, DSV, Agility, entre otras.

Por ejemplo, MSC presume su flota de contenedores reefer con monitoreo remoto y Maersk ofrece servicios integrados multimodales aire/mar. Estas empresas coordinan despachos puerta a puerta incluyendo transporte terrestre hasta aeropuertos/puertos y distribución final en Irlanda.

7.2. Canales de comercialización

Canales mayoristas

En Irlanda la distribución mayorista de frutas está concentrada en pocas empresas líderes. Destacan Dole Ireland (que integra las antiguas Fyffes/Total Produce) y Keelings, grandes redes con sede en Dublín. Dole afirma tener “hubs centrales en Dublín y Belfast” que abastecen a minoristas y cadenas locales con frutas y verduras de todo el mundo. Keelings, con sede en *FoodCentral* (Dublín), gestiona la importación y distribución de frutas (bayas, cítricos, etc.) y verduras, abasteciendo tanto al retail como al sector HORECA. Otro mayorista importante es Donnelly’s, grupo irlandés que suministra a minoristas, restauración y catering con productos frescos y preparados. También operan especializados catering como *Caterway* (familia irlandesa, entrega a 300+ restaurantes en Leinster).

En general “la cadena de distribución está dominada por un reducido grupo de importadores” (con Fyffes/Dole como líder destacado) que a su vez funcionan como distribuidores al sector minorista, asumiendo tareas de calibrado y empaquetado según necesidad.

Un núcleo clave es el FoodCentral de St. Margaret’s (Dublín), nuevo parque hortofrutícola nacional donde operan Dole, Keelings, Donnelly’s y otros mayoristas. Allí se concentra el tránsito de productos frescos importados para toda la isla.

Tabla: Principales canales

Empresa	Tipo	Productos principales	Observaciones
Dole Ireland (Total)	Importador / mayorista	Frutas y verduras frescas (tropicales, etc.)	Líder nacional, hubs en Dublín y Belfast.
Keelings Market	Mayorista / productor	Frutas (bayas, cítricos, etc.) y verduras	Suministra a minoristas y HORECA; presente en <i>FoodCentral</i> .
Donnelly's	Grupo agro-distribuidor	Frutas/verduras frescas y productos preparados	Suministros para retail, foodservice y catering.
Caterway (Cater)	Mayorista catering	Frutas, verduras frescas y secos	Empresa irlandesa familiar, atiende restauración en Leinster.

Fuente: elaboración propia

Canales minoristas

El sector minorista irlandés está dominado por pocos supermercados. Las tres cadenas más grandes (Dunnes Stores, SuperValu – Musgrave – y Tesco Ireland) concentran alrededor del 67–72% del mercado.

Otros formatos incluyen tiendas de conveniencia (Centra, Spar, etc.) y supermercados locales, pero con menor peso.

Además de los supermercados generales, existen tiendas especializadas y mercados tradicionales: fruterías independientes, tiendas naturistas y mercados de productores. Aunque representan una porción pequeña del mercado total, son importantes para la oferta local y orgánica. Por ejemplo, los mercados de agricultores (farmers' markets) en Dublín, Cork y otras ciudades ofrecen fruta fresca local o artesanal.

En general “los consumidores irlandeses prefieren tiendas que muestren claramente el origen” (sea fruta local o importada).

Comercio electrónico y marketplaces

Las principales cadenas minoristas ofrecen también compra online de frutas: por ejemplo, Tesco Online, SuperValu Online o Dunnes Stores Grocery permiten pedidos con entrega a domicilio o click&collect. Según Bord Bia, el comercio electrónico ha crecido y ahora “click-and-collect” y entregas a domicilio son servicios estándar de los supermercados. Existen además aplicaciones y plataformas de reparto local (p.ej. Buymie) que posibilitan recibir productos de varios supermercados en menos de una hora. Sin embargo, no hay aún un marketplace de frutas frescas líder único; la distribución online se centra en los propios retailers. Las frutas congeladas (mango, piña, etc.) también se ofrecen en supermercados online y tiendas especializadas de alimentos, aunque en volumen son un segmento menor.

VIII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

8.1 Ferias

Actualmente en Irlanda no existe ninguna feria específica del sector en cuestión con carácter internacional, sin embargo, si participa activamente en las algunas Ferias Internacionales:

Tampoco existen grandes ferias en Irlanda especializadas en alimentos congelados. Sin embargo, la cadena comercial se suele apoyar bastante en ferias europeas, como el Evento Internacional de Alimentos & Bebidas, IFEX

Ferias internacionales de frutas y hortalizas. Irlanda participa activamente en los principales salones globales del sector, organizando pabellones nacionales.

- Fruit Logistica (Berlín, febrero). Es la mayor feria mundial de frutas y hortalizas frescas. Bord Bia organiza un pabellón “Ireland Origin Green” donde agrupa a productores irlandeses de patata, manzanas, berries, etc. Se invita a compradores internacionales (importadores, cadenas de supermercados) a visitar el stand irlandés.

Objetivo: Ofrecer oportunidades de exportación y contactos comerciales para productores irlandeses.

Participantes: Empresas exportadoras (productores, empacadoras) irlandesas y compradores globales.

- Fruit Attraction (Madrid, octubre). Gran feria internacional de frutas y verduras en España. Irlanda suele enviar misiones comerciales y expositores seleccionados (p.ej. patata, berries, manzanas).

Objetivo: Abrir mercado ibérico, mostrar novedades en productos frescos.

Participantes: Compañías exportadoras de fruta/hortalizas irlandesas y compradores europeos.

Otras ferias relevantes: Bord Bia también coordina presencia en eventos generales de alimentación donde hay interés en productos frescos, por ejemplo, Biofach (Nuremberg, febrero)

Otros eventos incluyen *SIAL* (París, bienal), *ISM* (Colonia), congresos de patata (Europatat), etc.

8.2 Exhibiciones

Promoción internacional y eventos globales

Campaña global de San Patricio (marzo). Cada año Bord Bia lanza en marzo (coincidiendo con San Patricio) una serie de eventos y actividades promocionales internacionales. En 2025 programó más de 40 acciones en tres continentes (EE.UU., Reino Unido, Europa, Nigeria Incluye ferias, degustaciones en supermercados, demostraciones culinarias y campañas digitales. El objetivo es “reforzar la reputación de Irlanda como proveedor de alimentos y bebidas de alta calidad” y abrir nuevos mercados

Aunque la campaña es general de alimentos, también promueve frutas y verduras irlandesas (por ejemplo, degustaciones de salteados, productos frescos de temporada).

Participantes: Bord Bia, gobierno irlandés, chefs y empresarios alimentarios. Entre los públicos objetivo están importadores extranjeros y consumidores.

Cómo participar: Empresas alimentarias interesadas (incluyendo horticultura) colaboran con Bord Bia, que invita proveedores a exposiciones y suministra material promocional. La campaña está gestionada por Bord Bia junto con Embajadas y oficinas comerciales de Irlanda.

Misiones comerciales y apoyo institucional

Además de ferias, el gobierno irlandés impulsa misiones comerciales con alcance específico. Por ejemplo, en 2024 Bord Bia organizó una misión oficial a EE.UU. (marzo) y otra a China (a fines de año) encabezadas por el ministro de Agricultura.

Estas misiones incluyen citas B2B con importadores y visitas a supermercados, orientadas a productos frescos entre otros.

Para las PYME agrícolas, existen eventos de networking y jornadas (p.ej. conferencias de innovación alimentaria) organizados por Enterprise Ireland.

8.3 Publicaciones especializadas

En Irlanda, existen diversas publicaciones especializadas que ofrecen información detallada sobre la producción, comercialización y desafíos del sector hortofrutícola. A continuación, se presentan algunas de las más relevantes:

En Irlanda, existen diversas publicaciones especializadas que ofrecen información detallada sobre la producción, comercialización y desafíos del sector hortofrutícola. A continuación, se presentan algunas de las más relevantes:

Teagasc – Autoridad de Desarrollo Agrícola y Alimentario

1. Portal de Horticultura de Teagasc

Este portal proporciona información sobre cultivos hortícolas, incluyendo frutas y verduras, con detalles sobre el manejo integrado de plagas, agronomía de cultivos y productos fitosanitarios aprobados en Irlanda. Es una herramienta esencial para productores que buscan prácticas agrícolas sostenibles y actualizadas. (teagasc horticultureportal.ie)

2. Informe sobre Producción de Hortalizas de Campo

Este informe ofrece una visión general de la producción de hortalizas en Irlanda, destacando áreas de cultivo, valor económico y oportunidades para productores a pequeña escala. También aborda tendencias en dietas basadas en plantas y la demanda de productos locales.

3. Informe sobre la Inflación de Precios de Insumos Hortícolas 2024

Este informe analiza el aumento de los costos de producción en el sector hortícola, incluyendo mano de obra, energía y otros insumos, proporcionando datos clave para la planificación financiera de los productores. (horticultureconnected.ie)

Bord Bia – Junta de Alimentos de Irlanda

4. Informes Anuales de Exportación y Perspectivas

Bord Bia publica informes anuales que detallan el rendimiento de las exportaciones de alimentos, bebidas y productos hortícolas irlandeses. Estos informes incluyen análisis de tendencias de mercado, oportunidades de exportación y desafíos enfrentados por el sector.

5. Artículos sobre Cultivos Protegidos

Bord Bia también proporciona información sobre cultivos protegidos, como fresas, tomates y lechugas, destacando oportunidades de mercado y tendencias de consumo que afectan a estos sectores.

Irish Farmers' Association (IFA)

6. Informes del Consejo de Horticultura

La IFA publica informes periódicos que abordan temas actuales en el sector hortícola, incluyendo condiciones climáticas adversas, costos de insumos y desafíos laborales. Estos informes ofrecen una visión actualizada de las condiciones que enfrentan los productores de frutas y verduras en Irlanda.

Irish Farmers Journal

7. Publicación Semanal Agrícola

El Irish Farmers Journal es un periódico semanal que cubre noticias agrícolas, asesoramiento especializado y datos de mercado. Incluye secciones dedicadas a la horticultura, proporcionando información relevante para productores de frutas y verduras.

Estas publicaciones son recursos valiosos para mantenerse informado sobre el sector hortofrutícola en Irlanda, ofreciendo datos actualizados, análisis de tendencias y orientación para productores y partes interesadas.

En Irlanda, el sector de los productos vegetales congelados forma parte de la categoría de "Prepared Consumer Foods" (PCF), que incluye alimentos procesados listos para el consumo. Aunque no existen publicaciones específicas dedicadas exclusivamente a los vegetales congelados, diversas fuentes ofrecen información relevante sobre este segmento. A continuación, se detallan algunas de las principales publicaciones y recursos.

Informes de Bord Bia

1. Export Performance and Prospects Report 2024/25

Este informe anual proporciona una visión general del rendimiento de las exportaciones de alimentos, bebidas y horticultura de Irlanda. En 2024, las exportaciones de alimentos y bebidas alcanzaron un récord de €17 mil millones, con un aumento del 5% respecto al año anterior. Dentro de la categoría de PCF, que incluye productos vegetales congelados, se registró un crecimiento del 7%, impulsado por soluciones de comidas, panadería y confitería. (bordbia.ie)

2. Perfil del Sector de Alimentos Preparados para el Consumidor (PCF)
Bord Bia ofrece perfiles detallados de los sectores alimentarios, incluyendo el de PCF. Estos perfiles analizan tendencias clave, perspectivas de exportación y desafíos futuros, como la sostenibilidad y la eficiencia operativa. (bordbia.ie)

Análisis de Mercado de IndexBox

3. Informe del Mercado de Vegetales Congelados en Irlanda 2024
Este informe proporciona un análisis exhaustivo del mercado irlandés de vegetales congelados, incluyendo datos sobre importaciones, exportaciones, precios y proveedores clave. En 2022, los principales países proveedores de vegetales congelados a Irlanda fueron Bélgica, Reino Unido y Países Bajos. El precio promedio de importación fue de aproximadamente \$1,282 por tonelada.

Recomendaciones para Información adicional

- Bord Bia: Consultar la sección de informes anuales y perfiles sectoriales para obtener datos actualizados sobre el sector de alimentos preparados y vegetales congelados.
- Teagasc: Explorar publicaciones relacionadas con la producción de hortalizas, que pueden ofrecer insights sobre la materia prima destinada a la congelación.
- IndexBox: Acceder a informes de mercado detallados que analizan tendencias y estadísticas específicas del mercado de vegetales congelados en Irlanda.

IX. CONTACTOS DE INTERES

9.1 Institucionales

Contactos Institucionales y de Apoyo Comercial:

- Embajada del Perú en Irlanda:
 - Dirección: 46 Fitzwilliam Square West, Dublin D02 PY01, Irlanda.
 - Teléfono: +353 (1) 567 6951, +353 8337 477 47
 - Correo electrónico: embassyofperu@peruembassy.ie
 - Es fundamental contactar con la sección comercial de la embajada (si la tienen explícitamente, si no, la propia embajada puede orientarte). Ellos pueden proporcionar información sobre regulaciones de importación, posibles contactos y apoyo para la entrada al mercado.
- PromPerú (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo):
 - Aunque tienen presencia en otros países europeos, PromPerú es el organismo oficial del gobierno peruano para la promoción de exportaciones. Debes buscar sus oficinas o representantes encargados del mercado europeo para obtener apoyo en la identificación de oportunidades y contactos en Irlanda.
 - El "Import Promotion Desk (IPD)" menciona a PromPerú como uno de sus socios, lo que sugiere que pueden trabajar en conjunto para facilitar las exportaciones peruanas a Europa.
- Bord Bia (Irish Food Board):
 - Es la agencia nacional irlandesa de marketing y promoción de alimentos. Aunque su enfoque principal es la promoción de alimentos irlandeses, también están involucrados en campañas para promover el consumo de frutas y verduras en general. Pueden ser una fuente de información sobre el mercado irlandés de productos frescos y, posiblemente, conectar con actores relevantes.
 - Página web : bordbia.ie
- TEAGASC (Organismo de Desarrollo Agrícola y Alimentario de Irlanda):
 - Página web: <https://www.teagasc.ie/>
 - Contacto: Oak Park, Carlow. Tel : +353 59 917 0200. e-mail : info@teagasc.ie
 - Función: Es el organismo estatal irlandés encargado de la investigación, formación y asesoramiento en agricultura y alimentación. Pueden ser una fuente de información valiosa sobre el sector de frutas y hortalizas, así como posibles contactos en la cadena de valor.
- IDA Ireland :
 - Página web : www.idaireland.com
 - Función: Organismo paraestatal encargado de la promoción de inversiones extranjeras directas en Irlanda. Aunque su enfoque principal es la inversión, pueden tener información sobre el panorama del sector alimentario y empresas relevantes.

9.2 Comerciales

Asociaciones y Cámaras de Comercio:

- Chambers Ireland ('Cámaras de Irlanda') :
 - Página web: <http://www.chambers.ie/>
 - Función: Es la organización empresarial más grande de Irlanda, con una red de cámaras de comercio en todas las ciudades importantes. Pueden ser un buen punto de partida para conectar con empresas locales y obtener información sobre el entorno empresarial.

X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Número de empresas entrevistadas:

20 empresas del sector alimentario, mayoritariamente importadoras, procesadoras y distribuidoras en Irlanda.

Empresas analizadas:

BEGLEY'S, CATERWAY, SAM DENNIGAN, TESCO IRELAND, THE FRUIT PEOPLE, GLANCY BERTIE & SONS, ALDI IRELAND, IVERK PRODUCE LIMITED, MEADE POTATO COMPANY, TOTAL PRODUCE IRELAND, C. MC GEE & SONS LIMITED, FANFRUIT, K&M, FYFFES, THE DONNELLY GROUP, KEELINGS, GLOBAL FRUIT COMPANY LTD, MUSGRAVE, BOYNE VALLEY, DUNNES STORE

Conclusiones generales

El mercado irlandés de alimentos frescos y procesados es altamente estructurado y abastecido principalmente de Europa.

Países como Polonia, España, Países Bajos, Francia y Bélgica son los principales proveedores actuales.

Existe una dependencia de insumos frescos importados complementarios a la producción local, especialmente en temporadas de baja producción local.

El mercado está muy enfocado en la seguridad alimentaria, calidad constante, sostenibilidad, trazabilidad, y relaciones de largo plazo con proveedores conocidos.

Actualmente no existe interés inmediato en inversiones en Perú, lo que indica que la estrategia inicial debe centrarse en comercio e introducción de productos, no en atracción de inversión directa.

Hallazgos Clave

Diversidad de Modelos de Negocio

Las empresas irlandesas cubren un amplio espectro en la cadena de suministro de frutas y verduras. Incluyen importadores y distribuidores mayoristas (Begley's Global Fruit , Caterway , Glancy Bertie & Sons , K&M Fruit and Veg, C. McGee & Sons Limited), grandes minoristas con marcas propias (Dunnes Stores , Musgrave Group , Aldi), productores integrados (Keelings), y empresas que combinan producción, importación y procesamiento (The Donnelly Group, Meade Potato Co, Total Produce Ireland (Dole Plc). The Fruit People se especializa en el canal B2B corporativo, entregando fruta y snacks a oficinas.

Volumen de Mercado

Musgrave Group lidera el mercado irlandés con cerca del 24% en la República y 12% en Irlanda del Norte.

Dunnes Stores tiene una cuota de mercado del 25% en supermercados en Irlanda.

Begley's posee alrededor del 5% del volumen nacional.

Global Fruit Company tiene una participación estimada del 12-15% en el mercado irlandés de importación de fruta fresca.

The Donnelly Group gestiona aproximadamente el 15% del mercado minorista de frutas y verduras frescas en Irlanda.

Aldi posee un 11.8% del mercado de comestibles en Irlanda.

Glancy Bertie & Sons mantiene una participación estimada del 15% en el mercado irlandés de distribución de frutas y verduras frescas en el canal mayorista y horeca.

Total Produce Ireland (Dole Plc) registró ingresos de 475 millones de euros en 2024 en la República de Irlanda, con una participación de mercado significativa que podría superar el 25%.

The Fruit People se define como el principal proveedor de fruta y snack para oficinas en Irlanda, con más de 1,000 empresas clientes y 250,000 piezas de fruta semanales.

Ventas Anuales (últimos 3 años):

Begley's Distribution Ltd: €42.49 millones en 2022. Cifras de 2023 y 2024 no publicadas.

Donnelly Fruit & Veg: Aproximadamente €75 millones en 2023, €68 millones en 2022 y €65 millones en 2021.

Global Fruit Company LTD: Est. €76.8 millones en 2024, €72.1 millones en 2023, €65.4 millones en 2022.

Musgrave Group Ltd: €5.0 billones en 2023 (€6.5 billones con España), €4.7 billones en 2022.

Keelings Fruit Ltd: Volumen de negocio aproximado de €330 millones, sin cifras anuales detalladas públicas.

Aldi Stores (Ireland) Ltd.: €2.102 millones en 2023, €2.032 millones en 2022.

Total Produce Ireland (Dole Plc): \$8.5 billones en 2024, \$8.24 billones en 2023, \$8.33 billones en 2022.

*Fanfruit Ltd, Boyne Valley Unlimited Company, Dunnes Stores, The Fruit People Ltd, Glancy Bertie & Sons, Iverk Produce Limited, Meade Potato Co Ltd, C. McGee & Sons Limited, K&M Fruit and Veg y Caterway Ltd. no divulgan públicamente sus ventas anuales.

Origen de las Importaciones

Hay una clara preferencia por proveedores europeos (España, Países Bajos, Italia, Francia, Bélgica, Reino Unido) y países latinoamericanos clave (Costa Rica, Ecuador, México, Honduras, Brasil, Chile).

Perú

Begley's ha importado mangos, aguacates y goldenberries de Perú en los últimos 4 años, considerándolo un proveedor confiable y valorado por su calidad, precios y puntualidad.

Donnelly Group considera a Perú como origen principal para aguacates Hass y kiwis.

Global Fruit Company está buscando activamente nuevas fuentes de frutas tropicales y podría estar interesada en explorar proveedores peruanos como mango o papaya.

Caterway tiene referencias positivas sobre la calidad y variedad de los productos agrícolas de Perú, especialmente en frutas exóticas como mango, palta (aguacate), arándanos y cítricos, aunque no ha trabajado directamente con proveedores peruanos.

Dunnes Stores importa café peruano para su línea "Simply Better".

Total Produce Ireland (Dole Plc) tiene una percepción positiva de los productos peruanos (banano, mango, palta, arándanos), reconociendo su calidad, competitividad de precios y cumplimiento de estándares internacionales.

Meade Potato Co tiene experiencia limitada con productos peruanos.

Otras empresas como Fyffes, Keelings , Fanfruit , Boyne Valley, Glancy Bertie & Sons , Aldi , Iverk Produce, C. McGee & Sons Limited y K&M Fruit and Veg no tienen experiencia o no han manifestado interés específico en productos peruanos hasta el momento.

Tipos de Productos Importados

Predominan las frutas y verduras frescas (plátanos, piñas, mangos, aguacates, cítricos, bayas, uvas, frutas de hueso, hortalizas de hoja y de raíz). Algunas empresas importan productos semielaborados (pulpas, purés) o los procesan internamente (ej., Donnelly Group con aguacates y mangos verdes para maduración, Meade Potato Co con papas de siembra). Los productos orgánicos son altamente valorados.

Frecuencia de Compra

Generalmente semanal o quincenal para productos perecederos, y diaria para algunos productos de alta rotación. Las compras de Begley's son mensuales o bimensuales, con picos entre octubre y marzo. Keelings realiza compras semanales para frutas importadas. The Fruit People tiene entregas semanales para fruta fresca. Aldi realiza compras semanales de frutas y hortalizas. Iverk Produce realiza compras regulares, generalmente semanal o quincenal. C. McGee & Sons operan con stock todo el año. K&M Fruit & Veg realizan compras diarias o varias veces por semana. Caterway compra semanal o quincenalmente, con algunos productos de alta demanda diariamente.

Estándares de Calidad y Certificaciones:

La alta calidad es una exigencia generalizada. Se mencionan certificaciones como HACCP, GlobalG.A.P., Organic Certification , USDA y EU import compliance , Rainforest Alliance, BRC+, Origin Green, ISO 22000 y Organic Trust. BRC Grade A food safety-compliant (HACCP-based) y Bord Bia (Irish Food Board) approved son mencionados por C. McGee & Sons.

Conclusiones

El mercado irlandés de frutas y verduras frescas es dinámico, con actores consolidados que priorizan la calidad, la frescura, la trazabilidad y la sostenibilidad. Existe una fuerte tendencia hacia la diversificación de fuentes de abastecimiento, especialmente para productos fuera de temporada local y exóticos. Las grandes cadenas minoristas como Musgrave, Dunnes Stores y Aldi buscan asegurar el suministro constante y cumplir con las expectativas de sus consumidores por productos frescos y de calidad.

Perú ya es un socio comercial relevante para algunas de estas empresas, particularmente para productos como mangos, aguacates, goldenberries y café, y es valorado por su calidad y precios competitivos. Existe una apertura por parte de algunas empresas para explorar o ampliar el suministro de productos peruanos, especialmente en la categoría de frutas tropicales y exóticas, y para productos que se ajusten a los altos estándares de calidad y las necesidades de la cadena de suministro. Sin embargo, muchas empresas no tienen experiencia previa con productos peruanos o no han expresado un interés inmediato en iniciar relaciones comerciales.

Recomendaciones

Promoción Dirigida y Diferenciada: Enfocarse en empresas que ya tienen experiencia o han manifestado interés en productos peruanos (Begley's, Donnelly Group, Global Fruit Company, Caterway, Dunnes Stores, Total Produce/Dole Plc). Para las que no tienen experiencia, resaltar casos de éxito y adaptar la propuesta de valor a sus necesidades específicas (ej., productos orgánicos para Begley's y Global Fruit, o variedades específicas para Aldi).

Destacar Productos Exóticos y Orgánicos: Dada la demanda constante de frutas tropicales y la valoración de certificaciones orgánicas, Perú debe enfatizar su oferta de mangos, aguacates, goldenberries, arándanos y otros frutos exóticos con las certificaciones relevantes (GlobalG.A.P., Orgánicas de la UE, Rainforest Alliance).

Garantizar Estándares de Calidad y Trazabilidad: Para todas las empresas, la calidad estable, la entrega puntual y el cumplimiento de las certificaciones son cruciales. Se debe asegurar la capacidad de cumplir con los estrictos requisitos de la cadena de frío, los empaques sostenibles (valorados por Begley's y Donnelly), y los tiempos de tránsito.

Participación Estratégica en Ferias Comerciales: Continuar la participación en eventos internacionales clave como Fruit Logistica (mencionado por Begley's, The Fruit People, Aldi, Iverk Produce, Meade Potato Co, Total Produce) y SIAL Paris (mencionado por Begley's, Global Fruit Company). La Expoalimentaria Perú también es un punto de contacto para Begley's.

Comunicación Activa y Profesional: Utilizar boletines de correo electrónico, LinkedIn y sitios web especializados (FreshPlaza, ProduceReport, Eurofruit) para mantener informadas a las empresas irlandesas sobre la oferta exportable peruana. The Fruit People, Glancy Bertie & Sons, Iverk Produce, C. McGee & Sons y K&M Fruit and Veg utilizan activamente estos canales para informarse.

Explorar Oportunidades de Valor Agregado: Algunas empresas (Donnelly Group, Caterway, Boyne Valley) procesan productos o buscan soluciones de conveniencia. Perú podría explorar la exportación de pulpas de frutas, frutas mínimamente procesadas o productos semielaborados que se adapten a las necesidades del canal Horeca y retail.

Desarrollo de Relaciones a Largo Plazo: Para los compradores que ya tienen una percepción positiva de Perú, es fundamental fortalecer la relación comercial. Para las empresas sin experiencia previa, un enfoque proactivo, demostrando la capacidad de cumplimiento de sus requisitos, podría abrir nuevas puertas.

Adaptación a Hábitos de Compra: Considerar la frecuencia de compra de cada empresa (diaria, semanal, quincenal) y la estacionalidad para alinear la oferta peruana con sus ventanas de importación.

Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Resaltar las prácticas sostenibles y éticas en la producción peruana, ya que son factores cada vez más importantes para grandes actores como Fyffes, Total Produce (Dole Plc), Aldi, Musgrave y Donnelly.

RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA EXPORTADORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE PERÚ ORIENTADOS AL MERCADO IRLANDÉS

1. Aprovechamiento estratégico de la contra estación peruana: - La producción peruana permite proveer al mercado europeo en meses de baja oferta local (invierno y primavera europea), cubriendo vacíos de abastecimiento en mango, uva de mesa, palta, cítricos, arándanos y espárragos. - Identificar con precisión las ventanas de oportunidad específicas para cada producto permite negociar posiciones ventajosas.

2. Certificación y cumplimiento normativo como requisitos de acceso: - GlobalG.A.P., GRASP, BRC, IFS, SMETA son obligatorias. - Certificaciones adicionales como Rainforest Alliance, Fair Trade o Carbon Neutral refuerzan el atractivo.

3. Selección de canales de entrada más viables: - Importadores mayoristas irlandeses como socios iniciales para acceso progresivo. - Explorar también el canal foodservice y horeca.

4. Adaptación de la oferta al perfil de consumo irlandés: - Formatos de conveniencia: ready-to-eat, productos cortados y lavados, envases individuales. - Envases sostenibles, reciclables o compostables.

5. Gestión logística integral y visibilidad de la cadena de frío: - Control riguroso de temperatura, tracking logístico y trazabilidad completa.

6. Construcción de marca-país y posicionamiento diferenciado: - Imagen de Perú como origen premium de superalimentos. - Participación en campañas colectivas de PromPerú y ferias internacionales.

7. Desarrollo de relaciones comerciales sólidas a medio plazo: - Participar en ferias internacionales, rondas de negocio y misiones comerciales inversas. - Adaptar las propuestas comerciales a los distintos perfiles de compradores según su rol en la cadena de distribución.

RUTAS LOGÍSTICAS MÁS EFICIENTES PERÚ – IRLANDA

Vía marítima (opción principal para grandes volúmenes no altamente perecederos):

Origen: Puertos de Callao (principal), Paita (norte) o Matarani (sur).

Transbordo recomendado:

* *Ruta 1:* Callao → Canal de Panamá → Róterdam (NL) → Ferry / Camión refrigerado hasta Irlanda (Dublín / Cork).

* *Ruta 2:* Callao → Canal de Panamá → Algeciras (ES) → Ferry / Camión a Irlanda.

Duración estimada: 25 a 32 días según la ruta y escalas.

Productos típicos por esta vía: Palta, uva, mango, cítricos, banano, jengibre, granada, productos orgánicos de alta rotación.

Vía aérea (para productos premium o muy sensibles):

Origen: Aeropuerto Jorge Chávez (Lima).

Conexiones recomendadas:

* *Ruta 1:* Lima → Madrid (Iberia) → Dublín (conexión directa).

* *Ruta 2:* Lima → Ámsterdam (KLM) → Dublín.

* *Ruta 3:* Lima → Londres Heathrow (British Airways) → Dublín.

Duración estimada: 2-3 días (incluyendo despacho aduanero).

Productos típicos por esta vía: Berries premium (arándano, frambuesa, mora), espárragos frescos, productos orgánicos de alta gama, flores, superfoods delicados.

XI. BIBLIOGRAFIA

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/11/CIEN_NSIM2_Octubre_Fruta-Congelada_.pdf

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Eurostat.

<https://exportadores.cesce.es/exportaciones>

<https://www.tradeimex.in/blogs/netherlands-food-exports>

https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Ireland%20Export%20Guide_London_United%20Kingdom_UK2024-0014

https://hannontransport.com/2024/05/28/irish-fruit-vegetable-imports-2023/?utm_source=chatgpt.com

https://www.farmersjournal.ie/news/news/74-of-consumers-say-locally-grown-vegetables-are-worth-paying-more-for-775224?utm_source=chatgpt.com

https://www.bordbia.ie/industry/news/food-alerts/fruit-and-vegetables-in-ireland/?utm_source=chatgpt.com

https://www.bordbia.ie/industry/news/food-alerts/fruit-and-vegetables-in-ireland/?utm_source=chatgpt.com

https://www.statista.com/outlook/cmo/food/vegetables/fresh-vegetables/ireland?utm_source=chatgpt.com

https://agraria.pe/noticias/irlanda-oportunidad-para-productos-frescos-1212?utm_source=chatgpt.com

<https://www.freshfruitportal.com/news/2025/03/18/agronometrics-in-charts-perus-blueberry-exports-poised-to-surpass-350000-tons-this-year/>

<https://www.freshplaza.com/north-america/article/9713289/peru-consolidates-its-position-as-the-world-s-leading-blueberry-exporter/>

<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-vegetables/market-potential>

<https://stories.agronometrics.com/peruvian-mango-export-challenges-and-recovery-hopes-for-2024-25/>

UCD Institute Sustainability Report.pdf. The Irish fruit and vegetable system: a summary of production, trade and consumption.

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2025/03/NC_Mar2025Frutafresca_vf.pdf

<https://ecomercioagrario.com/peru-se-consolida-como-lider-mundial-en-exportacion-de-uvas/>

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2025/01/NC_Mango_Ene2025_vf.pdf

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/06/CIEN_NSIM2_Mayo_Granada-1.pdf

<https://www.agroperu.pe/el-2024-se-perfila-como-un-ano-prometedor-para-la-campana-de-mandarinas-peruana/>

<https://agraria.pe/noticias/peru-exportaria-30-mil-toneladas-de-limas-y-5-mil-toneladas--36432>

<https://agraria.pe/noticias/exportaciones-peruanas-de-naranja-alcanzaron-las-4-739-tonel-36644>

<https://agraria.pe/noticias/exportaciones-peruanas-de-datiles-crecieron-83-en-valor-y-26-35710>

<https://web.splogistics.com/es/logistica-peru/exportacion-de-esparragos-peruanos>

<https://revistamercados.com/la-exportacion-de-cebolla-en-peru-se-ve-favorecida-por-la-caida-de-la-produccion-europea/>

<https://agraria.pe/noticias/peru-exporto-11-746-toneladas-de-ajo-por-us-32-2-millones-en-38034>

<https://web.splogistics.com/es/logistica-peru/exportacion-de-jengibre-peruano>

<https://web.splogistics.com/es/logistica-peru/exportacion-de-mango-congelado-peruano>

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1%7c604%7c%7c%7c%7c081190%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

<https://agraria.pe/noticias/peru-es-el-principal-exportador-de-maracuya-en-el-mundo-25056>

<https://web.splogistics.com/es/logistica-peru/exportacion-de-palta-congelada-peruana>

https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/07/CIEN_NSIM1_Julio_2023_Palta_1.pdf

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvpm=1%7c604%7c%7c%7c%7c081190%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2

https://www.cien.adexperu.org.pe/wpcontent/uploads/2022/11/CIEN_NSIM2_Octubre_Fruta-Congelada_.pdf

<https://fluctuante.lat/agroexportaciones-peruanas/2024/09/12/exportaciones-de-fresa-congelada-2024/#:~:text=Entre%20enero%20y%20julio%20de,m%C3%A1s%20sobre%20agroexportaciones%20en%20Fluctuante.>

prom perú

