



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



BICENTENARIO
PERÚ 2021

ANÁLISIS DE MERCADO

2021

GULUPA



**sierra y selva
exportadora**

UNIDAD DE INTELIGENCIA COMERCIAL

Contenido

1.	Resumen Ejecutivo	3
2.	Descripción de Producto	4
2.1.	Generalidades del Producto.....	4
2.1.1.	Descripción	4
2.1.2.	Nombre científico y Comercial.....	5
2.1.3.	Taxonomía	5
2.1.4.	Descripción Botánica	5
2.1.5.	Postcosecha.....	8
2.2.	Clasificación y Calibre	10
2.2.1.	Clasificación	10
2.2.2.	Calibre	11
2.3.	Tolerancias	12
2.4.	Características	13
2.5.	Disposiciones sobre la presentación	13
2.5.1.	Homogeneidad	13
2.5.2.	Envasado	13
2.6.	Propiedades y usos.....	14
2.7.	Empaque	16
2.8.	Partida Arancelaria:.....	16
2.9.	Certificaciones	16
2.10.	Canales de Comercialización en Europa.....	17
3.	Producción nacional y rendimiento	17
3.1.	Costos de Inversión	18
3.2.	Rendimientos	18
4.	Comercio Exterior.....	18
4.1.	Variables de exportación.....	18
4.2.	Mercado destinos.....	20



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



**sierra y selva
exportadora**

4.3.	Principales exportadores.....	21
4.4.	Principales Importadores	21
5.	Panorama Internacional.....	22
5.1.	Colombia	26
5.2.	Ecuador.....	32
6.	Tendencia de Frutas Exóticas	35
7.	Conclusiones y recomendaciones	37
8.	Referencias bibliográficas	39
9.	Anexos.....	40
9.1.	Relación de principales importadores de Gulupa colombiana	40



1. Resumen Ejecutivo

La Gulupa es una fruta que tiene sus orígenes en la Amazonía brasileña y su principal centro de diversificación se localiza en toda la región andina colombiana; es la tercera fruta que más exporta Colombia (después del banano y la palta), en el Perú no es tan común este cultivo, con pocas hectáreas instaladas (50 hectáreas¹) en nuestro país el 2020 realizó sus primeros envíos de prueba, ya en lo que va del 2021 (a noviembre) su exportación bordea el millón de dólares, se proyecta finalizar el año con US\$ 1.3 millones y bajo ciertos criterios agronómicos podría ser considerado dentro de la cartera de los cultivos promisorios del Perú.

Se sabe que la Gulupa es rica en antioxidantes, además que mejora el sistema cardiovascular puesto que evita la obstrucción de las arterias²; además es una fruta exótica de la familia de las pasionarias muy parecida al maracuyá, pero de cáscara morada y sabor dulce (balance perfecto entre acidez y dulzor, como una mezcla entre maracuyá y granadilla). Países como Colombia y Ecuador vienen impulsando su producción para la exportación; por ejemplo, Colombia pasó del 2016 a exportar un valor de US\$ 25 millones a 34.5 millones en el 2020, logrando un crecimiento anual de 8.3 %, actualmente se espera superar los US\$ 40 millones.

El Perú cuenta con condiciones edafoclimáticas para el desarrollo del cultivo, ya se cuenta con pequeñas experiencias en regiones como: Lima (Huarochirí), La libertad (Trujillo), Ancash (Moro y Santa), Cajamarca (Querocoto) y Pasco (Oxapampa); la densidad de siembra para un sistema de espaldera simple es de 2x4 metros (m) y en el sistema emparrado entre 5x3.5 m o 5x4 m³. Su producción se da entre los 9 y 10 meses de instalado el cultivo. Es importante invertir en la experimentación para la adaptación de este cultivo bajo nuestras condiciones y obtener un modelo óptimo bajo un paquete tecnológico aprobado.

¹ <https://agronoticias.pe/alimentacion-y-salud/articulos/gulupa-una-mixtura-de-sabor-entre-maracuya-y-granadilla/>

² <https://jardinxotics.com.co/usos-y-beneficios-de-la-gulupa/>

³ Según Ing. Agr. William Daga Ávalos, Especialista en Frutales (<https://agraria.pe/noticias/que-es-la-gulupa-el-fruto-del-que-apeenas-hay-plantacion-16400>)



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

Su principal uso y destino es como fruta fresca, pero también se usa en la elaboración de jugos, néctares, helados, postres y ensaladas, el aceite (semilla) y su flor sirve para las industrias de cosmetología y perfumería.

Dentro del panorama internacional, el brote de la COVID-19 ha causado estragos en los sistemas económicos y sociales de todo el mundo. La enfermedad ha entrado en las cadenas de valor y suministro de varias industrias, incluido el mercado de frutas tropicales y exóticas. Los gobiernos en países de Europa han impuesto confinamientos en varios lugares afectando el mercado tanto la demanda como la oferta.

El presente estudio analiza el posible potencial de la gulupa peruana en el mercado europeo tomando como referencia Colombia como el principal exportador de dicha fruta y las condiciones de siembra del mismo. Según un estudio de *Procolombia*⁴, las frutas tropicales como el mango, la gulupa, el coco y la piña han pasado de ser las exóticas de Sudamérica a convertirse en un súper alimento para los europeos y a formar parte de su dieta diaria; sin embargo, su alto precio, estos frutos se han convertido en un producto premium de nicho, consumido en los mercados más ricos de Europa.

2. Descripción de Producto

2.1. Generalidades del Producto

2.1.1. Descripción⁵

Es una fruta fresca con denominación de frutas exóticas, también se conoce como maracuyá morado, chulupa, maracuyá chino y granadilla morada. Es nativo de la región andino - amazónica, cultivada entre los 2 500 y 3 000 metros de altitud, con rangos de temperatura de 15 °C y 20 °C, una alta fuente de fibra y potasio; vitamina A, B6 y C y natural fuente de fósforo, hierro y magnesio. Además, sus beneficios ayudan al sistema cardiovascular y la purificación del colon y el organismo.

⁴ <https://www.legiscomex.com/Documentos/pina-gulupa-mango-frutas-apestecidas-europeos-abr-07-16-12not>

⁵ Extraído de Manual: Tecnología para el cultivo de la Gulupa en Colombia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2012.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

La producción de fruta se inicia entre los meses 8 y 10, en el que cada planta genera entre 4,5 y 5,5 kilogramos; a partir de los dos años se pueden obtener entre 23 y 26 kilogramos por planta. Una plantación puede durar entre tres y cinco años, ello depende del cuidado y la poda entre cosechas.

2.1.2. Nombre científico y Comercial⁶

Nombre científico: *Passiflora edulis f. edulis Sims*

Nombre comercial: gulupa, maracuyá morado, purple passion fruit, fruta de la pasión púrpura.

Familia: *Passifloraceae*

2.1.3. Taxonomía

La familia Passifloraceae comprende 15 géneros y cerca de 700 especies distribuidas a través del trópico en cuatro continentes desde el nivel del mar hasta los 3 800 m en las zonas de páramo. La descripción taxonómica de la gulupa fue hecha en Inglaterra en una planta ornamental por el botánico John Sims a principios del siglo XVIII (Sims, 1818) con el nombre de *Passiflora edulis Sims*. Sin embargo, 100 años más tarde en la isla de Hawai (EE.UU.) el investigador Olsen Degener clasificó el maracuyá dentro de *P. edulis* (Degener, 1932), dejando esta especie con dos formas botánicas: gulupa (*P. edulis f. edulis Sims*) y maracuyá (*P. edulis f. flavicarpa Degener*). Sin embargo, existen diferencias morfológicas y moleculares que indican que estas dos formas puedan considerarse como dos especies diferentes.

2.1.4. Descripción Botánica

La raíz

El sistema radicular de la gulupa es fasciculado, fibroso y ramificado, conformado por un grupo de raíces secundarias poco profundas (40 - 60 cm) las cuales se originan de una raíz primaria de escaso crecimiento.

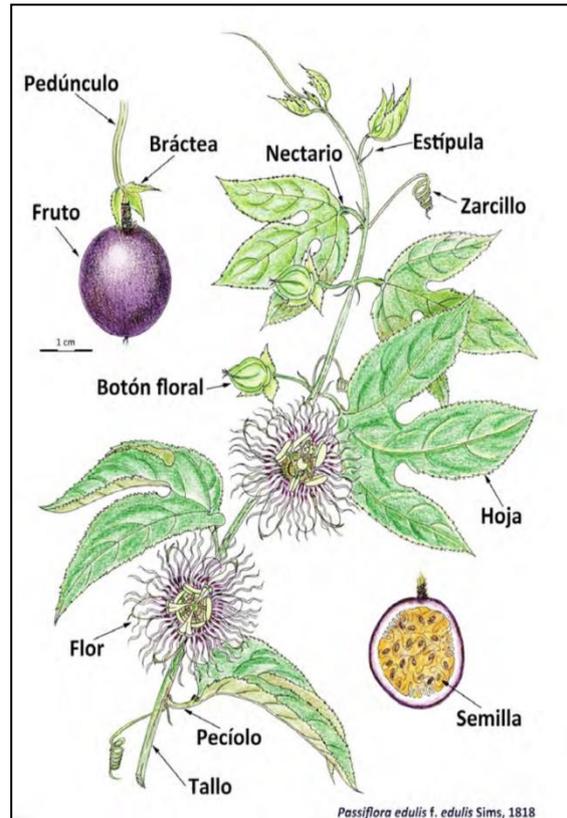
El tallo

⁶ Ídem 3

La planta es un bejuco o liana trepadora semiperenne, con un tallo glabro (sin pubescencia), de color verde o eventualmente púrpura, estriado, herbáceo y leñoso hacia la base, hasta de 10 cm de diámetro.

La rama

Las ramas pueden alcanzar hasta 50 m de longitud, con nudos y entrenudos de los cuales se origina una yema floral, dos estípulas lineares, una hoja y un zarcillo que le sirven a la planta para adherirse a su soporte.



La Hoja

Las hojas son glabras, alternas, de color verde, semicoriáceas, con nervaduras pronunciadas y de tres lóbulos (un solo lóbulo o enteras cuando están jóvenes). La margen de la hoja es abruptamente aserrada y la longitud y el ancho del lóbulo central oscilan entre 9-15 y 4-6 cm respectivamente. Las hojas se insertan en el tallo mediante el pecíolo de 2 a 4 cm de longitud provisto de dos nectarios o glándulas en el ápice.

La Flor

En la base se localiza el pedúnculo que inserta la flor con el tallo y puede medir de 2,0 a 2,5 cm de longitud. En su ápice se localizan tres brácteas verdes (con nectarios en sus márgenes) que se asemejan a las hojas con 1,7-2,2 cm de longitud y 1,0-1,5 cm de ancho, que le sirven de protección a la flor en sus primeros estados de desarrollo. La flor es generalmente solitaria, semirrecta,

pentámera, hermafrodita, vistosa y de aroma agradable, con una longitud de 4,5 a 6,5 cm y un ancho de 4 a 5 cm.

Están provistas de cinco pétalos y cinco sépalos, reflexos, oblongos, de color blanco y verduzcos con márgenes blancos en el envés. La corona está distribuida en dos series exteriores de color blanco y púrpura hacia la base. El androginóforo es de color verde con puntos púrpura y sostiene el órgano masculino (androceo),



formado por cinco estambres con anteras que contienen los granos de polen de color amarillo y pegajoso. El órgano femenino (gineceo) está formado por un ovario súpero, glabro, de color verde pálido, y del cual salen los tres estilos que soportan los estigmas.

La gulupa presenta tres tipos de flores (heteromorfas) de acuerdo a la curvatura del estilo en el momento de la apertura floral o antesis. Esto influye en el momento de la polinización y se puede presentar en una misma planta con diferentes frecuencias.

El fruto

Es una baya de forma esférica u ovoide de 5,2 a 8,0 cm de longitud por 4,7 a 7,2 de diámetro, con una cáscara (pericarpio) de consistencia dura, lisa y cerosa, de unos 3,0 a 4,5 mm de espesor y con un mesocarpio esponjoso y de color blanco. El fruto en estado inmaduro es de color verde pálido y toma una coloración púrpura oscuro cuando está



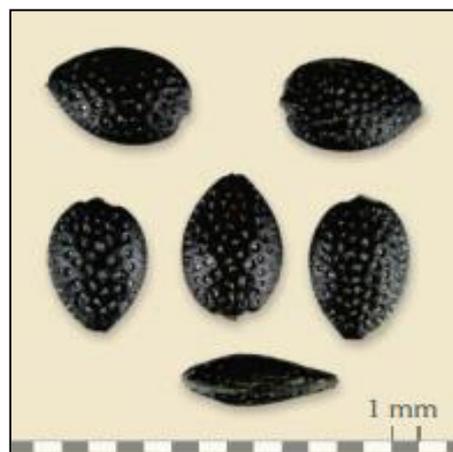
maduro. El peso del fruto varía entre 40 y 76 gramos, y presenta en su interior

un promedio de 135 a 243 semillas recubiertas por un mucílago o arilo de color amarillo casi anaranjado con agradable aroma, donde se encuentran los azúcares, vitaminas y minerales.

El porcentaje promedio de la pulpa (mucílago) más la semilla varía entre 34 y 61 % del peso total del fruto, de los cuales el 32 al 57 % corresponden a la pulpa y el resto a las semillas. El sabor del jugo es similar al del maracuyá, aunque ligeramente ácido, que lo hace más apetecido para el consumo como fruta fresca.

La semilla

La forma es ovalada o acorazonada de color negro o violeta oscuro, de 4,8 a 6,0 mm de longitud por 3,1 a 4,0 mm de ancho, y con una testa que presenta entre 45 a 50 foveas o hendiduras que van desapareciendo hacia el borde. Las semillas representan entre el 4 y el 8 % del peso total del fruto y el índice de semilla (peso de 100 semillas) varía entre 1,5 y 2,3 gramos. Las semillas están constituidas por aceites entre un 18-20 %, un 10 % de proteína y un 55 % de fibra.



2.1.5. Postcosecha

El fruto de la gulupa después de ser cosechado debe estar completamente seco y empacado inmediatamente, con el fin de evitar pudriciones y disminuir la velocidad de la maduración, ya que es un fruto climatérico (ver tabla N°01). El empaque juega un papel importante en la comercialización y por esta razón este debe tener características que protejan la calidad del producto, mejore la presentación y que sea reciclable.

**PERÚ**Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego**sierra y selva
exportadora****Tabla N°1: Tabla de calidad postcosecha de la gulupa (*Passiflora edulis* Sims)**

ESTADO DE MADUREZ	COLOR Descripción	Escala L°Ch°	pH	°Brix (SST)	Acidez (%)	Índice de Madurez (°Brix / Acidez)	Calidad Tipo
	40 – 50% Púrpura	L = 39,42 ± 2,78 a° = 6,49 ± 1,63 b° = 7,98 ± 2,20 C° = 10,55 ± 1,24 h° = 50,08 ± 13,30	2,48 ± 0,2	12,9 ± 1,7	4,59 ± 0,35	2,8 ± 0,5	Exportación
	50 – 80% Púrpura	L = 35,68 ± 1,48 a° = 4,75 ± 0,99 b° = 5,81 ± 0,90 C° = 7,56 ± 1,02 h° = 50,82 ± 6,75	2,48 ± 0,16	13,6 ± 0,9	4,59 ± 0,33	3,0 ± 0,4	Exportación
	80 – 100% Púrpura	L = 36,20 ± 0,15 a° = 8,03 ± 1,12 b° = 5,80 ± 0,36 C° = 9,94 ± 0,50 h° = 35,78 ± 0,94	2,92 ± 0,16	13,7 ± 1,2	4,54 ± 0,38	3,0 ± 0,5	Comercio Local

Fuente: Laboratorio de fisiología y bioquímica vegetal. Departamento de Biología. Facultad de Ciencias, Universidad Nacional de Colombia

Los largos trayectos que recorren las frutas provenientes de Sudamérica en los barcos que las llevan a los mercados de Estados Unidos y Europa generan un proceso de transformación en sus propiedades que pone en riesgo su integridad y su vida útil en los puntos de venta.

Perú: Tallas: El tamaño de la fruta se basa en el peso.

-  Cajas por paleta aérea: 176
-  Cajas por paleta marina: 288
-  Peso: 2 kilogramos

2.2. Clasificación y Calibre⁷

2.2.1. Clasificación

Según su calidad, el fruto se clasificará en tres clases:

Clase Extra:

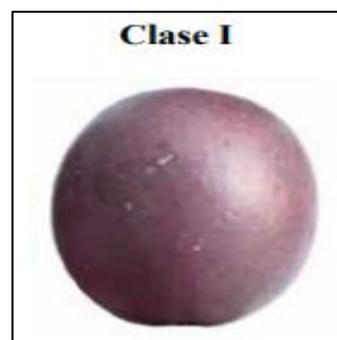
- Son frutos de calidad superior.
- Sus atributos físicos como forma, color y apariencia deben ser característicos de la gulupa.
- Deben estar libres de defectos, y solo se permiten defectos superficiales leves como peladuras,



- siempre y cuando éstas no afecten la apariencia general y la calidad del producto, ni el mantenimiento de la calidad y presentación en el empaque.
- Estos defectos no deben exceder el 5 % del área superficial total.

Clase I:

- Son frutos de buena calidad.
- Sus atributos físicos como forma, color y apariencia deben ser característicos de la gulupa.
- Se permiten defectos leves, siempre y cuando no afecten la apariencia general, calidad y mantenimiento de calidad de los

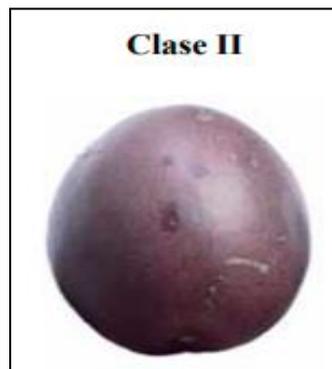


- frutos en el empaque, como lo son defectos leves en la forma y color y peladuras o rasguños en la cáscara.
- Estos defectos no deben exceder el 10% del área superficial total y en ningún caso deben afectar la pulpa del fruto.

⁷ Codex alimentarius, Norma Internacionales de los alimentos, FAO, OMS. NORMA PARA LAS FRUTAS DE LA PASIÓN - CODEX STAN 316-2014

Clase II

- Son frutos que no clasifican para inclusión en las categorías anteriores.
- Siempre y cuando los frutos retengan las características esenciales relacionadas con calidad, mantenimiento de la calidad y presentación, se aceptan defectos en la forma y apariencia, carencia de cera natural que protege la cáscara, peladuras o rayaduras superficiales.
- Estos defectos no deben exceder el 20 % del área superficial, y en ningún caso deben afectar la pulpa del fruto.



2.2.2. Calibre

Según el diámetro ecuatorial del fruto se clasificará en los siguientes calibres de tamaño (Ver Tabla N°02).

Tabla N°02

Calibre	Diámetro (mm)	Peso promedio (g)
01	56-60	71,02
02	51-55	51,81
03	46-50	42,03
04	41-45	39,36
05	35-40	30,31

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Colombia

Frutos con diámetros iguales o menores a 34 mm o diámetros superiores a 60mm serán excluidos para el consumo en fresco; pero si cumplen los requerimientos mínimos podrán emplearse para la agroindustria. Para el caso de Perú, el



diámetro es de 4 a 6 cm y un peso aproximado de 40 a 50 gr; en presentación de 2 kilos.

2.3. Tolerancias⁸

Según los requisitos y clasificaciones expuestos en los numerales anteriores, se establecen niveles de tolerancia respecto a la calidad y calibre para la aceptación de los frutos de gulupa, como se indica a continuación en la tabla N°03.

Tabla N°03

CALIDAD	TOLERANCIA DE CALIDAD	TOLERANCIA DE CALIBRE
Clase Extra	5% en número o en peso de frutos que no satisfagan los requerimientos de esta clase, pero que pertenezcan a la Clase I, o en casos excepcionales que estén dentro de la tolerancia de la Clase I	10% en número o en peso de frutos que correspondan al calibre inmediatamente superior o inferior del indicado en el rótulo del empaque.
Clase I	10% en número o en peso de frutos que no satisfagan los requerimientos de esta clase, pero que pertenezcan a la Clase II, o en casos excepcionales que estén dentro de la tolerancia de la Clase II	10% en número o en peso de frutos que correspondan al calibre inmediatamente superior o inferior del indicado en el rótulo del empaque.
Clase II	10% en número o en peso de frutos que no satisfagan los requerimientos de esta clase ni los requerimientos mínimos, con la excepción de frutos con pudrición o enfermedades o cualquier otro tipo de defecto que lo haga no apto para el consumo.	10% en número o en peso de frutos que correspondan al calibre inmediatamente superior o inferior del indicado en el rótulo del empaque.

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Colombia

De los aspectos que no están especificados en la tabla anterior de tolerancias, no se aceptará tolerancia alguna; esto es, son requisitos estrictos, a menos que los compradores finales o las legislaciones vigentes tanto colombiana como del país de destino indiquen que pueden tener tolerancias y las especifiquen.

⁸ Se ha considera la norma técnica colombiana.

2.4. Características

- ✚ Fruto en forma de baya, redonda u ovalada con el pericarpio poco grueso y con arilo pulposo de color anaranjado.
- ✚ Peso: 40 – 75 gr.
- ✚ pH: 2,5 – 3,5
- ✚ °Brix: 15 – 16
- ✚ Climatérico: sí.
- ✚ Tamaño: 4 – 8 cm. de diámetro
- ✚ Color: de verde a púrpura (según el grado de madurez).
- ✚ Sabor: ligeramente ácido y jugoso, aromático y más dulce que el sabor de la fruta de la pasión; con buenas cualidades organolépticas de sabor y aroma.



2.5. Disposiciones sobre la presentación

2.5.1. Homogeneidad

El contenido de cada envase deberá ser homogéneo y estar constituido únicamente por frutas de la pasión del mismo origen, variedad, calidad, color y calibre. La parte visible del contenido del envase deberá ser representativa de todo el contenido.

2.5.2. Envasado

Las frutas de la pasión deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del empaque/envase deberán ser nuevos⁹, estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier



⁹ Para los fines de esta Norma, esto incluye el material reciclado de calidad alimentaria.



daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico.

Las frutas de la pasión deberán disponerse en envases que se ajusten al Código de Prácticas para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995).

2.6. *Propiedades y usos*

Valor Nutritivo

El fruto de la gulupa es fuente de carbohidratos, calorías, proteínas, minerales y vitaminas (A, B3, B12 y C). Además, la caracterización nutracéutica de la pulpa y el néctar de esta fruta la destacan con altos contenidos de fenoles totales (228,73 – 123,69 mg de ácido gálico/100 g de extracto-néctar) y alta capacidad antioxidante (146,72 - 177,16 mg de ácido ascórbico/100 g de extracto-néctar), sugiriendo que el consumo de esta fruta puede contribuir al beneficio de la salud humana. La Tabla 4, presenta los rangos de la composición química de la gulupa contenida en 100 g de la porción comestible.

Tabla N°04: Composición bromatológica del fruto de gulupa¹⁰

Componente	Pulpa (100 g)
Agua	88,9 g
Proteínas	1,5 g
Grasas	0,5 g
Carbohidratos	11,0 g
Fibra	0,4 g
Cenizas	0,7 g
Calcio	9,0 mg
Fósforo	21,0 mg
Hierro	1,7 mg
Riboflavina	0,17 mg
Tiamina	0,1 mg
Niacina	0,8 mg
Ácido ascórbico	20,0 mg
Vitamina A	1730 U.I
Calorías	49 cal.

Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Colombia

¹⁰ MANUAL DE MANEJO POSCOSECHA DE LA GULUPA, Universidad Nacional de Colombia, 2012.



Usos

Los usos de la gulupa son diversos, desde su principal presentación en los mercados internacionales y regionales de los países productores como fruta fresca, hasta en variadas formas en la industria de bebidas como jugo simple o concentrado.

El penetrante aroma y su riqueza en vitamina C y minerales, le permite ser utilizado como complemento de productos multivitamínicos y en la generación de nuevos sabores en la industria de jugos y bebidas especialmente en los países desarrollados. En la industria de alimentos se hace extracción de aceite



de sus semillas para la alta cocina. Tiene otros usos en la perfumería, la cosmetología y la belleza de su flor, le permite un lugar privilegiado como planta ornamental. Las hojas contienen un compuesto con principios farmacéuticos de amplio uso como sedante y antiespasmódico llamado Pasiflorina.

En Colombia, ya se han hecho esfuerzos importantes en la agroindustria de la gulupa y especialmente en la preparación de pulpa concentrada para jugos, néctares mermeladas, base de yogures, helados, postres, té y licores. Además, el jugo concentrado de la gulupa ha sido mezclado con el maracuyá para incrementar los sólidos solubles totales (°Brix) para los mercados internacionales.



En el Perú, la experiencia se tiene con el maracuyá, el 91.8 % de la oferta peruana se exporta en jugos concentrados. Perú es el principal exportador de maracuyá en el mundo, superando a Colombia y Ecuador. Más del 90% de la



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

oferta peruana se exporta en jugos concentrados, teniendo como principal mercado a Países Bajos¹¹.

2.7. *Empaque*

El número de frutas por caja es de 15 a 20. En Estados Unidos se comercializan cajas con conteos de 25 a 49. La mayoría de cajas colombianas exportadas a Europa contienen 18 frutas.

-  Tallas: El tamaño de la fruta se basa en el peso.
-  Cajas por paleta aérea: 176
-  Cajas por paleta marina: 288
-  Peso: 2 kg.



2.8. *Partida Arancelaria*

-  **Perú:** 0810901000 - GRANADILLA, ""MARACUYA"" (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (PASSIFLORA SPP.) FRESC.
-  **Colombia:** 0810901030 - GULUPA (MARACUYA MORADO) (PASSIFLORA EDULIS VAR. FLAVICARPA).
-  **Ecuador:** 0810901090 – LAS DEMÁS

2.9. *Certificaciones*¹²



Sellos y certificaciones de calidad y buenas prácticas agrícolas reconocidos en Europa como Global GAP y Rainforest Alliance.

¹¹ Análisis de Mercado - Maracuyá 2015 – 2020, Unidad de Inteligencia Comercial, SSE.

¹² Fuente: <https://standardsmap.org/es/identify>



2.10. Canales de Comercialización en Europa



Fuente: PROMPERU, 2019

3. Producción nacional y rendimiento

No se cuenta con un registro exacto de hectáreas instaladas; sin embargo en el 2018, se registraron las primeras 4 hectáreas en los valles interandino (entre los 2 000 y 2 500 m.s.n.m.) de la Región Lima. En el 2020, a nivel nacional hay alrededor de 50 hectáreas (ha) instaladas, con una tendencia a seguir creciendo. Ya se viene cultivando en Trujillo (La Libertad), Moro (Santa, Ancash), Oxapampa (Pasco), Querocoto (Cajamarca) y Huarochirí (Lima) principalmente. Actualmente, la empresa **AGRICOLA INTERANDINA S.A.C.** ha cultivado cerca de 50 Ha con certificación orgánica en el valle de Pativilca, Región Lima.

La planta entra en producción a los 9 - 10 meses de sembrada. La densidad de siembra es la siguiente: para un sistema de espaldera simple es de 2x4 metros (m) y en el sistema emparrado entre 5x3.5 m o 5x4 m.

3.1. *Costos de Inversión*

El costo de producción por hectárea es de 49 mil soles, aproximadamente, el segundo y tercer año el costo de mantenimiento fluctúa entre los 25 mil soles.

3.2. *Rendimientos*

Si bien es cierto, en nuestro país, el cultivo se encuentra en una etapa experimental y/o adaptación se ha logrado cosechar 14 toneladas por hectárea en un sistema parronal al primer año, y al segundo llegó a obtener 18 t/ha y el tercer año 25 t/ha. Para el caso de Colombia los rendimientos pueden superar los 20 t/ha, y en Ecuador se logra 12 t/ha. Cabe destacar la inversión privada realizada por la empresa Interandina para apostar por un cultivo en proceso de investigación y adaptación; sin embargo, este cultivo puede resultar poco rentable (cultivo de alto riesgo) debido principalmente debido a una serie de problemas fitosanitarios.

4. Comercio Exterior

4.1. *Variables de exportación*

El 2020 se inician los primeros envíos de muestras a Países Bajos, Alemania, Reino Unido y España. En lo que va del año 2021¹³ se ha enviado 211 toneladas logrando superar el millón de dólares (Ver Cuadro N°01), el Perú cuenta con las condiciones para producir y enviar esta fruta durante todo el año, pero se debe considerar que la mejor época para exportar es a final de año, cuando en Europa están en invierno se incrementa la venta de la fruta. En verano el precio baja, porque se aumenta el consumo de productos locales.

¹³ Cifras de enero – diciembre (noviembre definitivo / diciembre preliminar).

**PERÚ**Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego**sierra y selva
exportadora****Cuadro N°01: Variable de exportación 2020 -2021**

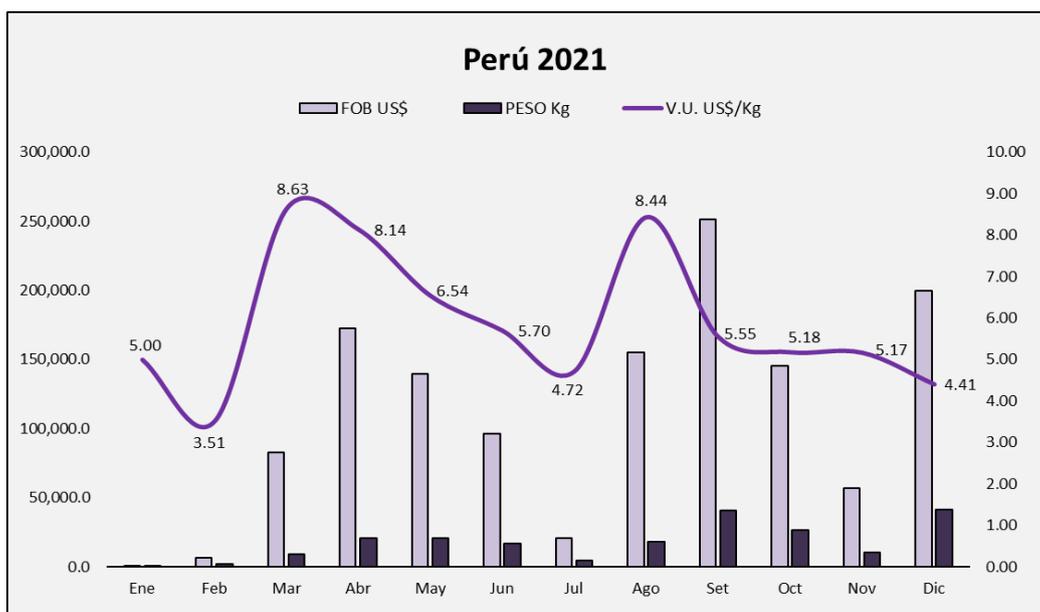
Mes	2020			2021		
	FOB US\$	Peso Kg	V.U.	FOB US\$	Peso Kg	V.U.
ENE	32	16	2.00	20	4	5.00
FEB	8	4	2.00	6,381	2,116	3.51
MAR	10	4.8	2.08	82,850	8,868	8.63
ABR	-	-	-	172,347	20,708	8.14
MAY	-	-	-	139,468	20,902	6.54
JUN	-	-	-	96,545	16,746	5.70
JUL	-	-	-	20,532	4,676	4.72
AGO	-	-	-	155,030	18,354	8.44
SET	-	-	-	251,703	40,664	5.55
OCT	-	-	-	145,267	26,182	5.18
NOV	-	-	-	57,074	10,436	5.17
DIC	10	4.8	2.08	199,832	41,614	4.41
TOTAL	60	29.6	2.03	1,327,049	211,270	5.89

*Fuente: Veritrade, 2021.**Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.**Cifras 2021: Noviembre definitivo/ Diciembre preliminar.*

Con respecto a los valores unitarios mensuales, estos varían en función a la oferta del producto, logrando colocarse valores superiores a US\$ 8.0 y mínimos de US\$ 4.0 (Ver Gráfico N°01) considerando una producción orgánica. En el mercado local se comercializa a un precio entre S/. 5.0 y S/. 8.0 soles el kilo considerando que es un producto poco conocido entre los consumidores, para el caso de la agroindustria no se reportan precios.



Gráfico N°01: Evolución mensual de exportación



Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: Noviembre definitivo/ Diciembre preliminar.

4.2. Mercado destinos

En este primer año de envíos (dato preliminar), Países Bajos es el principal mercado es con US\$ 1.3 millones; seguido por Bélgica con US\$ 11 mil, Alemania con US\$ 7 mil y Reino Unido con US\$ 40 (muestra). Los envíos a Países Bajos se realizan durante todo el año (Ver Cuadro N°02 / Gráfico N°02), todos del mercado europeo.

Cuadro N°02: Variable de exportación 2020 -2021

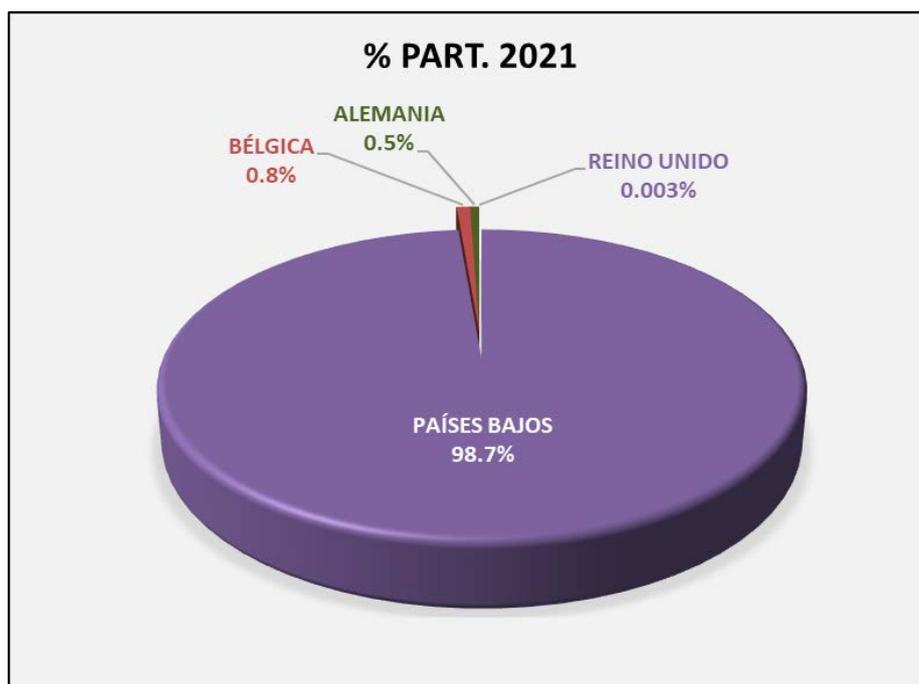
EXPORTADOR	FOB US\$	PESO Kg	V.U. US\$/Kg
PAÍSES BAJOS	1,309,270.0	204,568.0	6.07
BÉLGICA	10,632.0	3,168.0	3.36
ALEMANIA	7,107.0	3,526.0	3.51
REINO UNIDO	40.0	8.0	5.00
Total	1,327,049.0	211,270.0	5.89

Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: noviembre definitivo/ Diciembre preliminar.

Gráfico N°02: Mercado destino 2021



Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: noviembre definitivo/ Diciembre preliminar.

4.3. Principales exportadores

Agrícola Interandina S.A.C¹⁴. (Ubicado en el Valle de Pativilca) es el principal exportador con una participación del 99.5 % con US\$ 1 321 276 (209 Toneladas) y ASESORIAS E INVERSIONES MUVA S.A.C. con solo el 0.5% (FOB US\$ 5,773 / Vol. 2 022 Kg.).

4.4. Principales Importadores

El principal socio comercial es **EOSTA B.V.** (<https://eosta.com/>), es una empresa multinacional, con sede en los Países Bajos, que trabaja en el campo de los alimentos



¹⁴ <https://www.aginterandina.com/es/>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



orgánicos. La empresa está especializada en la importación, exportación y distribución de frutas y verduras frescas orgánicas. **Eosta** importa frutas de ultramar de África, Sudamérica, Oceanía, Asia y Norteamérica. Para satisfacer la demanda de productos más exóticos, **Eosta** lanzó la división "Eosta Specialties", que se especializa en la gama Tropical Wonders.

Aartsen Breda B.V. (<https://aartsen.com>) es una empresa ubicada en Países Bajos distribuidor mayorista de frutas y vegetales en Europa y Asia. Comercializa las siguientes marcas provenientes de Perú como: Agrovisión, Athos, Camposol Fresh, Don Ricardo, Ecosac, La Calera y Goldcup.



5. Panorama Internacional

La Gulupa se encuentra en el grupo de las frutas exóticas, las importaciones de la UE de frutas tropicales y exóticas se han doblado en la última década. En Países Bajos, que es la principal puerta de entrada de frutas importadas a la UE, se ha producido un aumento del 68 % de las importaciones de frutas exóticas entre 2015 y 2020, destacando especialmente el incremento en pitaya, litchi y fruta de la pasión. Este sector está ganando cada vez más terreno en los lineales de los supermercados, incorporándose con mayor frecuencia a nuestros hábitos de consumo y llegando a más segmentos de la población.

Los supermercados quieren de forma continua nuevas referencias, y en el caso de las frutas y hortalizas aún más, ya que es la sección que más rotaciones genera con el consumidor. Los supermercados demandan frutas que permitan diferenciarse de la competencia, atractivas y sabrosas, como las exóticas. Fechas señaladas como la navidad, pascua o ramadán también ayudan a aumentar la demanda de exóticos. En zonas como Canarias, la Costa Tropical granadina o la Axarquía malagueña estas frutas actúan como un reclamo para el turismo.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

En las canastas de las compras semanales empiezan a aparecer frutas emergentes como papaya, pitaya (pitahaya), lichi y fruta de la pasión. Inicialmente, el interés por las frutas tropicales y exóticas surge de la población migrante que conoce el producto. Más adelante, los consumidores gourmet y la globalización han contribuido a aumentar el consumo. Actualmente, España han introducido la fruta de la pasión (maracuyá) y algunas especies como la gulupa (*Passiflora pinnatistipula*) y un híbrido morado (*P. edulis x colvilli*) se están comportando bien y muestran un enorme potencial¹⁵.

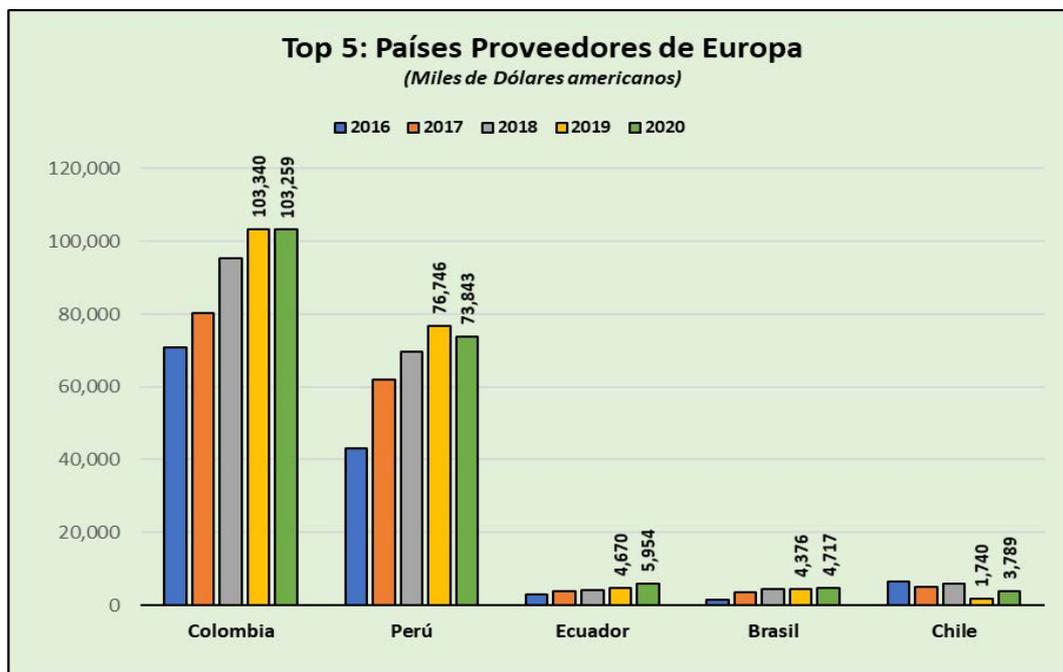
De acuerdo a un reciente reporte del Centro para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo -CBI, en esta lista de productos con potencial se encuentran el lichi, el maracuyá, la pitahaya, la carambola, el tamarindo y el anacarado. Estas frutas son consideradas exóticas en los países europeos, en el sentido de que no se producen en Europa y sus volúmenes de consumo son limitados, convirtiéndolos en productos de nicho. Estas frutas que se dirigen a Europa deben estar intactos, limpios, prácticamente libres de pesticidas, con apariencia fresca, libres de humedad externa, olores y sabores extraños.

Según **Trademap**¹⁶, son tres los principales mercados europeos importadores: Países Bajos, Francia y Bélgica, que en conjunto fueron responsables del 86% de estas adquisiciones. De este grupo, Países Bajos es un reconocido re-exportador de fruta exótica, con Alemania y Francia como principales destinos. Son justamente estos mercados los que muestran mayores demandas por lichi, maracuyá, pitahaya, carambola y fruta de la pasión. Esto demostraría que la mayoría de esta fruta puede colocarse mejor en los mercados del norte europeo.

¹⁵ <https://www.plataformatierra.es/innovacion/situacion-actual-del-mercado-de-frutos-tropicales-y-exoticos/>

¹⁶ Fuente: www.trademap.org

Gráfico N° 03: Principales proveedores para la P.A. 081090 (Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...) para Europa



Fuente: Trademap, 2021

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE

Los principales proveedores de Frutas exóticas¹⁷ (considerados bajo la subpartida P.A.081090) para EU son Colombia con una participación del 53 % y un crecimiento anual¹⁸ del 9.8 %; seguido por Perú con 38 % y un crecimiento de 14.5 %, y Ecuador con una participación de solo 3 % logrando un crecimiento anual del 18.4 %. Finalmente, esta Brasil (2 %) y Chile (2 %) respectivamente, este top 5 representa el 98 % de la participación en el mercado EU (Ver gráfico N°03).

A nivel mundial el mayor importador de frutas exóticas (PA. 081090) es China (US\$ 1,176 millones); seguido por Países Bajos (US\$ 245 millones) y Estados Unidos (US\$ 244 millones) de estos tres países Estados Unidos demostró un mejor desempeño (2016-2020) con una tasa de crecimiento anual de 10 %. Si vemos el grafico N° 04, podemos ver que el mejor desempeño lo tiene Arabia Saudita con 47 %, seguido por Rusia con 23

¹⁷ Frutas exóticas consideradas en la P.A. 081090 - Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...

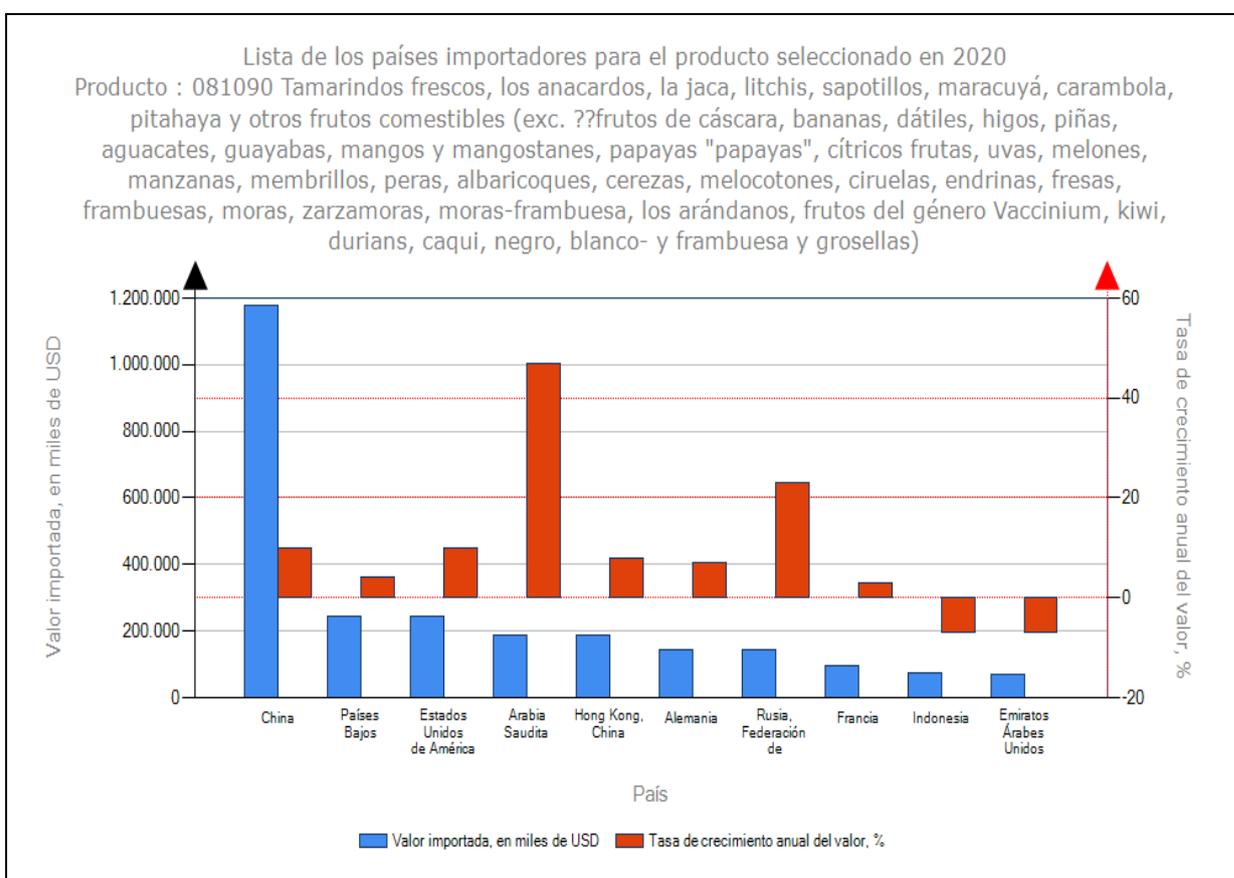
¹⁸ TCA (2015 -2020)



%, importante mencionar que Perú es el tercer proveedor de frutas exóticas (PA 081090) y séptimo de Arabia Saudita.

Para el caso de Estados Unidos, su principal proveedor es México, Ecuador y Vietnam con una participación de 53.3, 17.1 y 8.3 %, respectivamente; Perú ocupa el puesto sexto con una participación del 2.8 %. Países por potencial para nuestro producto son: Rusia, Irlanda, Arabia Saudita y Corea.

Gráfico N°04



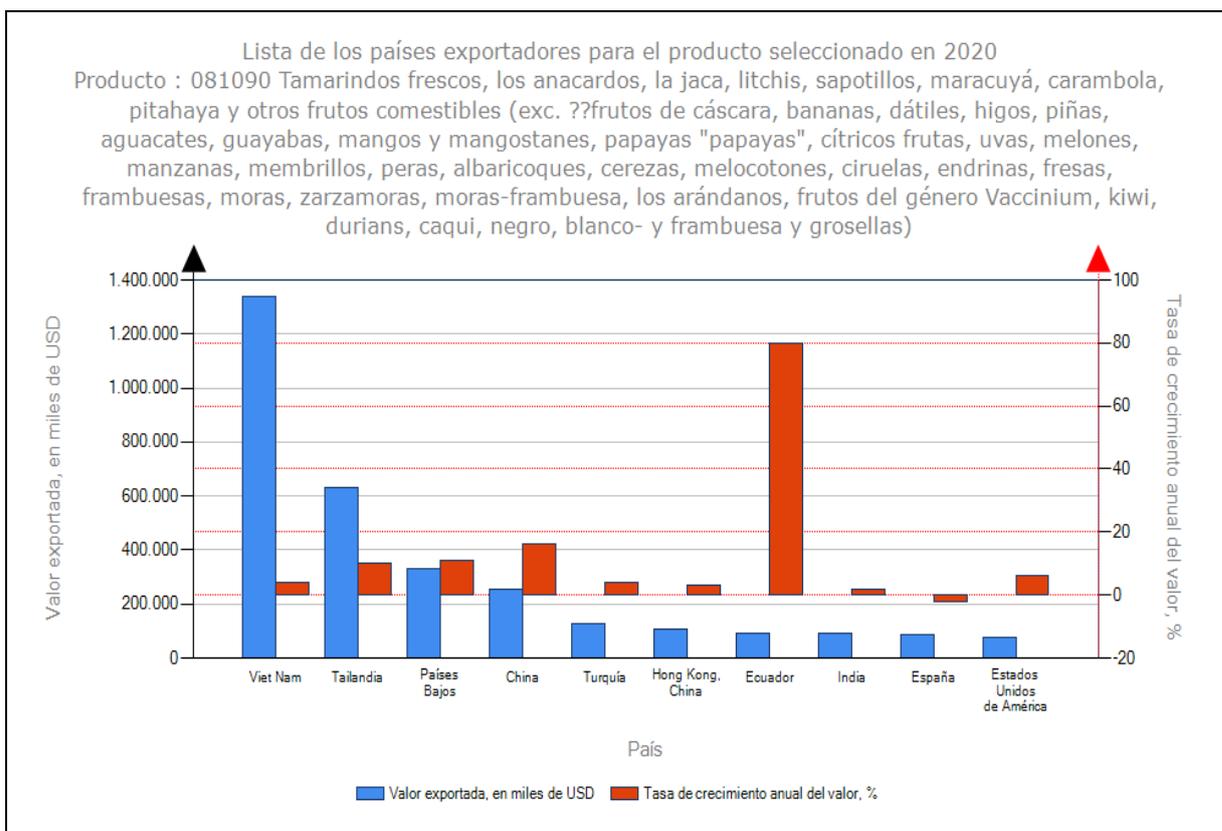
Fuente: Trademap, 2021.

Para el caso de principales exportadores mundiales de estas frutas (PA 081090) Vietnam es el principal proveedor (US\$ 1,341 millones); seguido por Tailandia (US\$ 630 Millones) y Países Bajos (US\$ 333 millones), dentro de este grupo top 10 se encuentra Ecuador (US\$ 93 millones) gracias a mayores envíos de pitahaya, logrando un crecimiento (2016 – 2020) de 80 % (Ver gráfico N°05). Perú ocupa el puesto 14vo. Con un crecimiento del 11 %, siendo nuestros principales destinos: Países Bajos, Rusia, Estados Unidos, Reino



Unido y Canadá. Para el caso de Vietnam el 90.5 % de su exportación esta direccionada a China, al igual que Tailandia (67.6 %), ambos países lograron un crecimiento anual de 4 % y 10 % respectivamente. Perú es un país que puede abastecer durante todo el año gulupa gracias a sus diferentes climas, sin embargo, se debe invertir en el proceso de investigación adaptativa que nos brinde el mejor modelo de siembra y paquete tecnológico.

Gráfico N°05



Fuente: Trademap, 2021.

5.1. Colombia

Colombia es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo, en el cultivo de Gulupa comparte con países como Vietnam y Nueva Zelanda el ranking de los 10 países de mayor producción y exportación en el mundo. Colombia tiene una participación de 2,9% del mercado global y el 2020 registraron ventas por más de US\$ 34.5 millones, logrando un crecimiento de 3.8 % con respecto al año anterior y de 8.3

% en los últimos cinco años (Ver gráfico N°06 - 07). De esas exportaciones, 81.3 % se concentra en los Países Bajos, el 8% en Bélgica; y el resto, es decir, 10.7 % va para otros países de la Unión Europea (Ver gráfico N°08). En Colombia cuesta en promedio \$1.500 (pesos colombianos) un kilo y en Europa alcanza casi los \$6 mil. En lo que va del 2021 (Ene – Nov) ha logrado exportar US\$ 39.3 millones (Var. + 14 %).

Cuadro N°03: Evolución de Exportación según Valor FOB

MES	FOB US\$					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENE	2,430,934	2,648,997	3,387,284	3,057,155	3,092,194	3,418,805
FEB	2,078,199	1,718,668	2,979,463	4,262,473	3,713,013	4,758,962
MAR	1,415,871	2,152,083	4,157,256	3,477,993	3,260,705	5,873,227
ABR	1,872,730	1,523,392	2,439,983	1,962,383	2,192,021	4,029,532
MAY	2,180,629	1,669,457	2,855,637	2,698,301	2,257,390	2,831,261
JUN	2,896,404	2,429,801	3,407,733	2,470,316	2,362,443	3,501,858
JUL	2,069,648	2,213,284	2,977,007	2,841,843	2,143,690	4,798,874
AGO	1,702,253	2,473,091	2,090,083	3,396,313	3,140,233	2,238,728
SET	1,353,080	2,150,003	2,173,413	2,114,782	3,540,071	2,407,597
OCT	1,480,273	2,392,911	2,112,761	2,437,292	1,712,034	2,445,924
NOV	2,648,463	1,830,857	2,388,398	2,174,397	3,827,322	3,034,105
DIC	3,006,302	2,581,334	1,571,340	2,357,285	3,272,744	N.D.
TOTAL	25,134,785	25,783,879	32,540,358	33,250,535	34,513,860	39,338,874

Fuente: Veritrade, 2021.

Con respecto a los precios unitarios FOB, en el 2020 logro un promedio de US\$ 4.26 por kilo de fruta fresca, con picos altos en mayo con US\$ 4.74. Actualmente, el precio promedio bordea los US\$ 4.63 por kilo (Ver Cuadro N°04).

Cuadro N°04: Evolución de valores unitarios mensuales

MES	V.U. US\$/Kg					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENE	4.39	4.00	4.33	4.13	4.22	4.38
FEB	4.25	4.06	4.48	3.85	3.94	5.03
MAR	4.17	4.28	4.34	4.46	4.19	5.01
ABR	4.31	3.79	4.37	4.11	4.34	5.01
MAY	4.49	4.11	4.59	5.09	4.74	4.98
JUN	4.37	4.04	4.42	4.04	4.42	4.77
JUL	4.30	4.00	4.43	4.21	4.28	4.65
AGO	4.19	4.10	3.89	3.98	4.31	4.41

SET	4.09	4.04	3.85	3.85	4.16	4.31
OCT	3.92	3.91	3.64	3.89	4.26	4.38
NOV	3.91	3.97	3.42	3.86	4.18	3.71
DIC	3.80	3.93	3.85	3.98	4.26	N.D.
PROMEDIO	4.18	4.03	4.14	4.13	4.26	4.63

Fuente: Veritrade, 2021.

El 2020 el volumen exportado fue de 8.8 mil toneladas, como cifra preliminar 2021 Colombia ha exportado 8.9 mil toneladas logrando su pico más alto de los últimos 5 años, como se puede ver todo el año se produce Gulupa (Ver Cuadro N°05/ Gráfico N°06).

Cuadro N°05: Evolución de volumen mensual

Mes	Volumen Mensual (Toneladas)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ENE	650.3	664.2	804.0	791.1	754.8	799.7
FEB	493.5	389.1	629.2	1,044.2	924.7	957.4
MAR	360.4	518.9	931.0	894.2	877.5	1,087.7
ABR	449.2	357.7	532.4	479.0	521.6	840.4
MAY	481.4	383.6	563.7	645.7	466.5	599.4
JUN	676.1	631.5	736.6	634.1	558.6	727.0
JUL	503.7	597.0	694.5	744.7	568.7	1,088.3
AGO	388.7	602.2	605.7	931.7	833.8	584.4
SET	356.1	522.3	718.2	604.6	949.5	620.4
OCT	440.2	670.9	632.3	666.5	482.6	717.5
NOV	767.1	541.2	763.9	595.1	1,008.7	903.8
DIC	800.5	708.9	497.5	694.3	818.7	N.D.
TOTAL	6,367.2	6,587.5	8,109.0	8,725.3	8,765.7	8,926.0

Fuente: Veritrade, 2021.



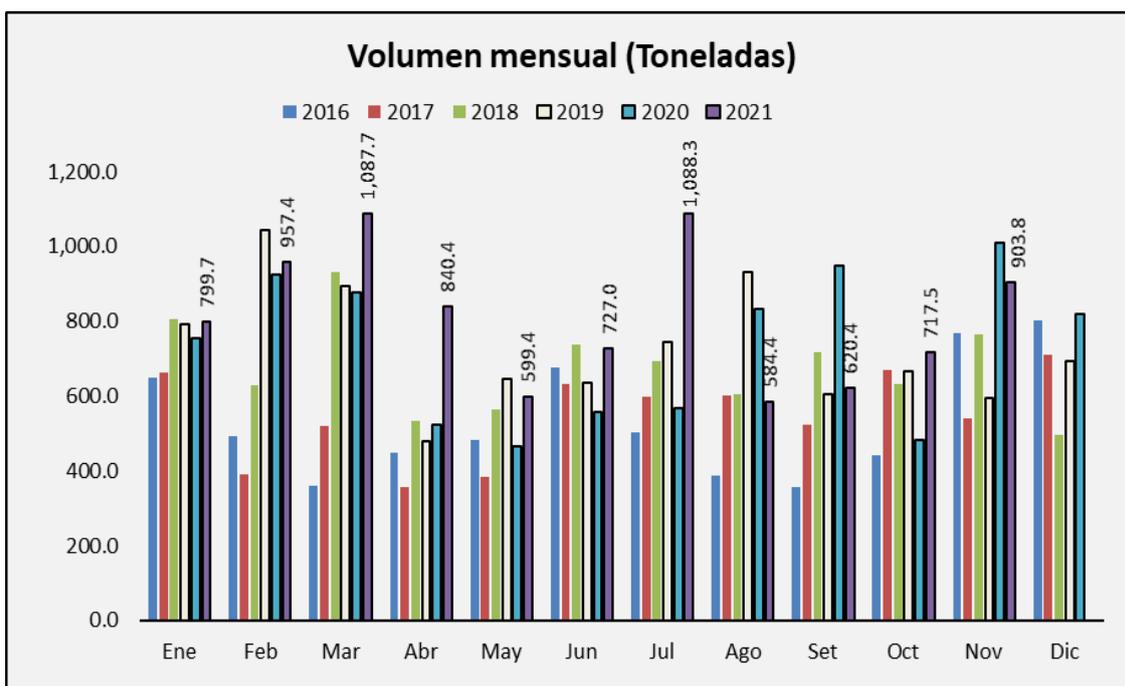
PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



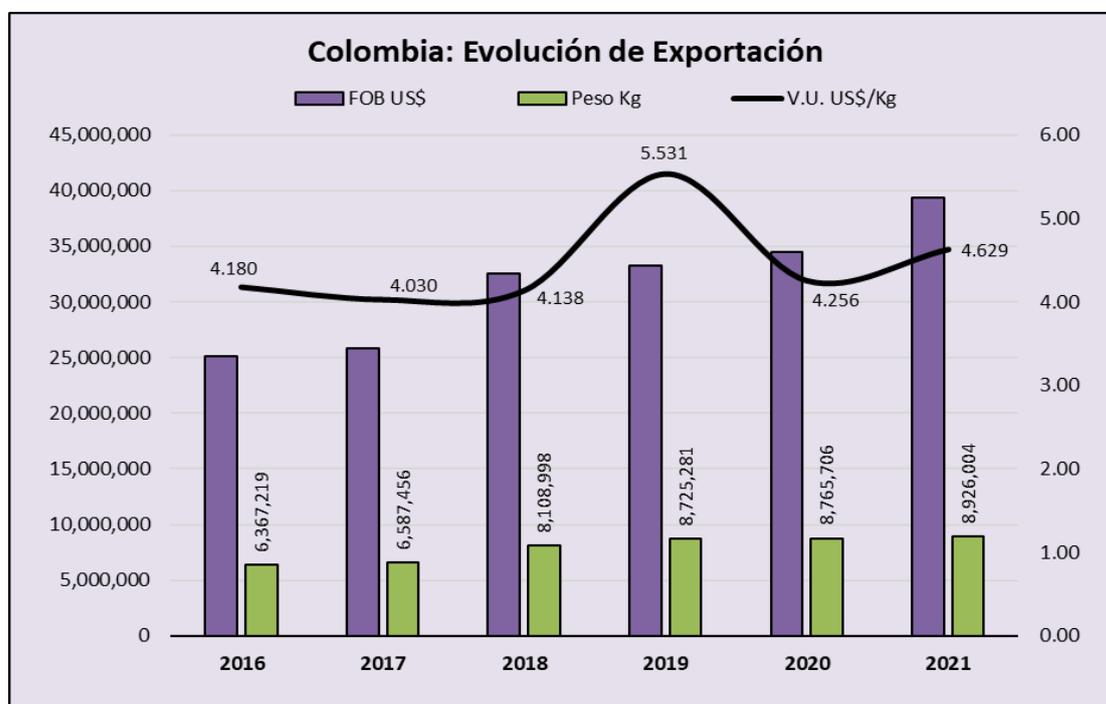
sierra y selva exportadora

Gráfico N°06: Volumen mensual exportado



Fuente: Veritrade, 2021.

Gráfico N°07: Evolución de la exportación de Gulupa



Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: Enero – noviembre (Preliminar)



La Gulupa colombiana llega a 25 mercados (Cifra 2021: Ene – Set), donde lidera Países Bajos con US\$ 28.7 millones (Participación 84.8 %), Reino Unido con US\$ 1.6 millones (Part. 4.9 %) y Bélgica con US\$ 1.1 millones (Part. 3.2 %). Durante el periodo de análisis se presentan nuevos mercados como: Qatar, Libano, Sigapur y Finlandia (muestras), pero las miras de crecimiento se encuentran en los mercados de: Suiza, Estados Unidos, Republica Checa y Reino Unido (Ver Cuadro N°06).

Cuadro N°06: Evolución de los principales mercados de Gulupa (Colombia)

DESTINO	VALOR FOB US\$					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
PAÍSES BAJOS	21,808,111	21,620,149	25,593,524	26,348,408	28,051,246	28,718,303
BÉLGICA	853,217	959,190	2,890,973	2,718,651	2,774,020	1,094,358
REINO UNIDO	403,853	807,987	651,571	1,452,512	1,123,953	1,661,674
ITALIA	217,332	241,175	526,620	675,290	629,037	379,658
CANADÁ	327,501	335,522	532,528	480,141	491,895	574,664
FRANCIA	112,028	106,165	526,491	456,394	430,524	330,306
ALEMANIA	1,110,799	1,280,305	1,071,612	392,903	407,053	253,923
ESPAÑA	104,799	199,412	240,596	373,279	218,864	230,080
SUIZA	96,896	140,616	333,506	91,615	127,899	263,900
FEDERACIÓN RUSA	39,415	14,181	79,137	192,836	126,036	66,646
GRECIA	-	41,611	58,535	5,406	26,006	-
KUWAIT	166	1,565	6,025	20,055	23,650	110,832
SUIZA	-	-	-	-	21,455	-
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	177	-	710	3,831	16,852	53,146
PORTUGAL	35,399	28,601	9,769	24,043	14,594	71,475
QATAR	-	-	-	729	9,426	29,490
UCRANIA	-	-	1,358	-	6,019	2,652
ESTADOS UNIDOS	-	-	-	-	4,078	-
REPÚBLICA CHECA	-	-	-	-	4,009	-
BAHRÉIN	1,803	2,627	3,621	2,725	3,894	9,852
ARUBA	3,258	1,098	2,821	3,549	1,660	331
BRASIL	42	61	717	1,134	925	976
PAÍSES NO DECLARADOS	8,736	11	3,574	1,576	310	58
MALASIA	-	72	335	1	248	-
BIELORRUSIA	-	-	-	-	139	-
ARABIA SAUDITA	160	2,642	2,213	301	68	1,088
QATAR	-	-	-	-	-	1,415
LÍBANO	-	-	-	-	-	298
PANAMÁ	4	603	-	1	-	-
DINAMARCA	-	-	2,011	-	-	-
POLONIA	-	-	1,538	-	-	-
SINGAPUR	17	-	-	-	-	195
IRLANDA	10,173	-	-	2,076	-	3,445
CHINA	-	-	3	2,070	-	-
FINLANDIA	-	-	-	-	-	79
GUATEMALA	-	120	-	-	-	-



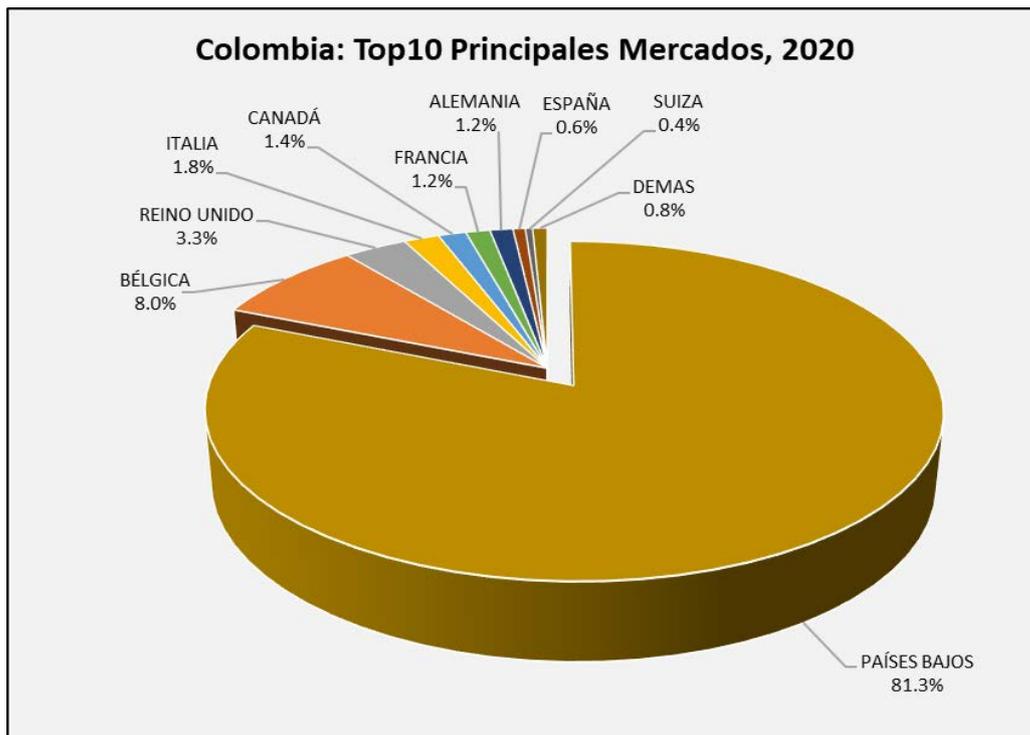
HONG KONG	899	168	569	1,009	-	-
Total, general	25,134,785	25,783,879	32,540,358	33,250,535	34,513,860	33,858,845
# de Mercado	22	22	25	25	26	25

Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: Enero - Setiembre

Gráfico N°08: Principales mercado de la Gulupa, 2020



Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: Enero - Setiembre



Con respecto a los principales importadores se encuentra la holandesa





Nature's Pride (<https://www.naturespride.eu>), empresa que suministra 230 frutas y verduras exóticas de 59 países; otra empresa es **ROVEG** (<https://roveg.nl/?lang=es>) vendedor mayorista, es especialista en frutas exóticas, se distingue en el mercado en rápido

crecimiento de las especies exóticas Ready to Eat. Envasado individualmente, con varias de las mismas frutas en una caja o como mezcla bajo el nombre comercial "Puro Gusto".



GEORGES HELFER S.A. (<https://www.georghelfer.com>) es un distribuidor de frutas



exóticas en Europa especialmente en Bélgica y Francia, comercializa este producto en caja de 2 kg; en Reino Unido se tiene a **WEALMOOR UK**

(<https://www.wealmoor.co.uk/>) bajo su marca "Love me Tender", **MCGARLET SRL**

(<https://www.mcgarlet.it/es/>), en Italia, distribuye Gulupa proveniente de Vietnam,

Zimbawe y Colombia, bajo su marca Fruta del Mundo; seguido por **INTERNACIONALES**

FRUCHTIMPORT ([https://www.port-](https://www.port-international.de/es/frutas/)

[international.de/es/frutas/](https://www.port-international.de/es/frutas/)), **SPREAFICO FRANCESCO &**

F.LLI SPA (<https://www.spreadico.net/es/>) con su marca

"Esquisita!", con fruta proveniente de Zimbawe, Vietnam (Vía aérea) y Colombia durante todo el año.



5.2. Ecuador

Según el grafico N°08, la campaña de exportación se inicia en el mes de julio y culmina en diciembre (dato preliminar) durante el 2021 sus exportaciones alcanzaron los US\$ 2.9 millones unas 1 043 toneladas a un valor unitario promedio US\$ 4.14 por kilogramo.

Gráfico N°09: Evolución de Exportación de Gulupa, 2020


Fuente: Veritrade, 2021 / Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.
Cifras 2021: Octubre definitivo/ Nov-Dic preliminar.

Con respecto a sus principales mercados (Cuadro N°03 / Grafico N°09), observamos que Ecuador encuentra en el Reino Unido su mejor aliado comercial de este producto, con una participación del 41.7 % (US\$ 1.2 millones / 450 toneladas); seguido por Hong Kong con US\$ 675 mil, Países Bajos con US\$ 350 mil, Canadá 294 mil, Emiratos Árabes Unidos con US\$ 180 mil, Malasia, Estados Unidos, Singapur con US\$ 140, 20 y 15 mil respectivamente.

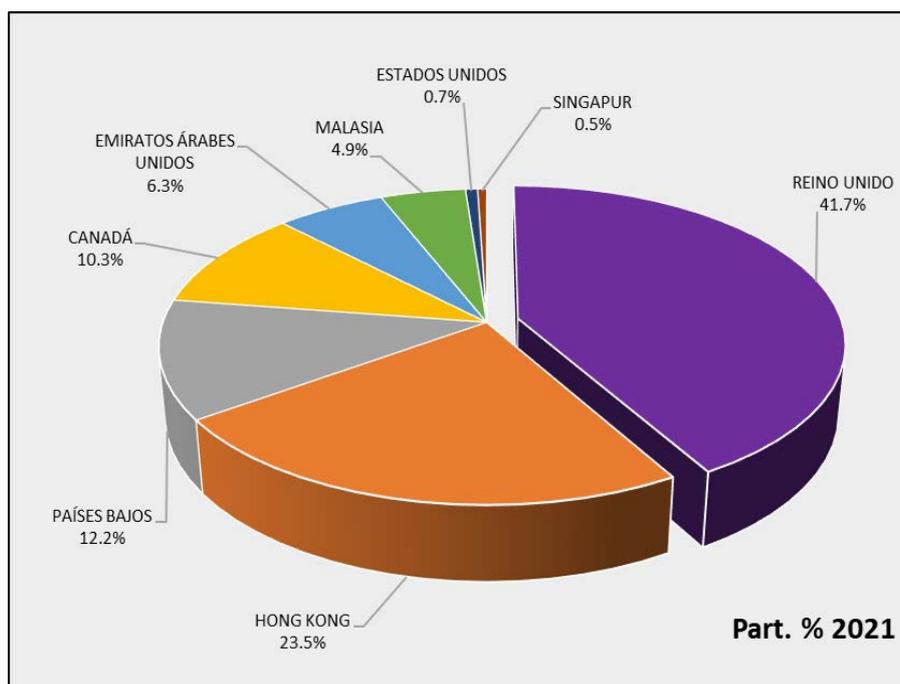
Cuadro N°07: Principales mercado de Gulupa - Ecuador

DESTINO	FOB US\$	PESO Kg	V.U. US\$/Kg
REINO UNIDO	1,200,000	450,000	2.40
HONG KONG	675,000	405,000	1.54
PAÍSES BAJOS	350,000	75,000	4.31
CANADÁ	296,383	32,200	8.30
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	180,000	27,000	6.15
MALASIA	140,000	30,000	4.31
ESTADOS UNIDOS	20,000	6,000	2.66
SINGAPUR	15,000	18,000	0.77
TOTAL	2,876,383	1,043,200	4.14

Fuente: Veritrade, 2021.
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.
Cifras 2021: Octubre definitivo/ Nov-Dic preliminar.



Gráfico N°10: Principales mercados de Gulupa, 2020



Fuente: Veritrade, 2021.

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, UIC, SSE.

Cifras 2021: Octubre definitivo/ Nov-Dic preliminar.

Con respecto a sus importadores se puede encontrar a la canadiense **E FRESH FOOD**



SunBeam
INTERNACIONAL

LTD (<http://efreshfood.ca>) con sede en Vancouver, es parte de la

Industria de Comerciantes al por mayor de abarrotes y productos relacionados E-Fresh Food Ltd; y LA

LHi

HUERTA IMPORTS (<http://la-huerta-imports.com/>) empresa familiar

fundada por Jim Bruce hace más de dos décadas.



Con operaciones en Toronto, Ontario, empresa que suministra productos tropicales de alta calidad a precios competitivos con marcas en las que los compradores y minoristas pueden confiar. En Países Bajo se encuentra **NATURES PRIDE EORI** (<https://www.naturespride.eu/en>).

SUNBEAM INTERNATIONAL FOODSTUFF TRADING LLC (<http://www.sunbeamintl.com/>), ubicada en Dubai, empresa con experiencia en el suministro frutas y verduras frescas de la más alta calidad, a los centros comerciales, hoteles, restaurantes y tiendas minoristas de los Emiratos Árabes Unidos. **MBG FRUITS SDN BHD** (<https://mbg.com.my/>) ubicado en Selangor, Malasia; es una cadena de tienda con 46 puntos de ventas en toda Malasia, cuenta



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

con 02 importantes centros de distribución. Cuenta con un modelo de negocio outlet de venta minorista. En Singapur, **BENELUX FLOWERS & FOOD PTE LTD** (<https://www.beneluxproduce.com/>) es el principal proveedor de productos frescos de Singapur, con más de 30 años de experiencia, sus principales clientes son: remart, eleven, Isetan, Meidi – Ya entre otros. En Estados Unidos (Florida) su aliado es **EXOTIC GROWERS INC.** Empresa Importador – exportador de productos frescos.

6. Tendencia de Frutas Exóticas

Según **PROCOLOMBIA**, la importancia de la alimentación saludable continuará creciendo, pasando una dieta alta en carbohidratos y carne, a una con más frutas y vegetales. Por lo cual, además de proveer un producto que certifique ser realmente saludable y sea explícito en contar sus beneficios, se busca que este se combine con la sostenibilidad.

El consumidor y las tendencias de los mercados europeos son cada vez más exigentes hacia productos que sean social y empresarialmente responsables, innovadores en sus empaques y competitivos en sus precios. Tenemos que encontrar la variedad ideal que satisfaga las expectativas del consumidor (sabor, color, aroma, firmeza, etc.).

Estos son tres valores agregados diferenciadores en el mercado de Europa:

- **Autenticidad:** los consumidores demandan cada vez más productos que tengan un sello de autenticidad, o de denominación de origen, pues aprecian las historias detrás del producto.
- **Presentación de los productos:** los productos listos para el consumo, así como los que vienen en porciones individuales son cada vez más demandados, así como los empaques amigables con el medio ambiente.
- **Sabores nuevos:** la innovación en sabores seguirá en crecimiento por los beneficios que las mezclas de sabores



pueden ofrecer. Productos que incluyan en sus mezclas hierbas o especias tendrán oportunidad en el nicho Premium, así como las frutas exóticas.

Aunque todavía se le considera un producto de nicho en Europa, la fruta exótica fresca cuenta con un interés creciente en el Viejo Continente. Comunicar sus beneficios es por ello crucial para incrementar la demanda.

Según **Promperu**¹⁹, la importación de frutas exóticas en Rusia muestra un gran dinamismo en comparación con las tradicionales, como uva, fresa, manzana, etc., debido a que el consumidor local se está aventurando a experimentar nuevas propuestas. El consumidor ruso está cambiando sus hábitos de alimentación drásticamente, principalmente las generaciones jóvenes, buscando incorporar buenas prácticas basadas en conceptos de salud, nutrición, sostenibilidad y diversidad. Se nota la tendencia de consumir frutas y verduras frescas, por lo menos, dos a tres veces al día.

Dados los cambios en los hábitos de consumo y una mayor disposición a experimentar productos nuevos, constituyen una gran oportunidad para el ingreso de un mayor número de frutas producidas en el Perú, tanto las variedades endémicas como las introducidas como la lúcuma, aguaymanto, granadilla, tomate de árbol, pitahaya y otros tipos más.

Tendencia de Pulpas de Frutas²⁰

- Las frutas, hortalizas, tubérculos, raíces, granos son considerados Superfoods porque contienen fuentes superiores de antioxidantes y nutrientes esenciales.
- La demanda mundial de estos alimentos tiene una alta proyección de crecimiento. Una parte de estos alimentos son producidos en América Latina, que, por su gran potencial agrícola, pueden satisfacer la demanda de esta tendencia de alimentación mundial.
- Se utilizan principalmente para la producción de: zumos y jugos de frutas, alimentos para bebés, mermeladas, confitería, etc.
- Alemania es el mayor consumidor de néctar y zumos de frutas.



¹⁹ <https://boletines.exportemos.pe/recursos/notas/crece-demanda-de-frutas-exoticas-en-rusia>

²⁰ Extraído de: PROECUADOR, Perfil del Consumidor Europeo, 2020.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

- ✚ Malta es el mayor consumidor per cápita de jugos de frutas con un consumo de 31 lts por persona.
- ✚ Incremento en la demanda de pulpas de frutas orgánicas
- ✚ La preparación de batidos o los tan conocidos “smoothies” hacen que el consumidor europeo se interese en adquirir concentrados de frutas como una opción para sus desayunos.
- ✚ Los europeos tienden a utilizar las pulpas de frutas para la creación de nuevos productos, incluso son implementados en el canal **HORECA**.
- ✚ La venta de alimentos para bebé se está incrementando por el estilo de vida que llevan actualmente los padres de familia.
- ✚ Países que se constituyen como proveedores principales de purés de frutas exóticas: India, Tailandia, Costa Rica, Ecuador, China, Perú, Filipinas, Malasia, Brasil, Pakistán y Vietnam.

7. Conclusiones y recomendaciones

- ❖ A partir de la gulupa se pueden desarrollar numerosos productos alimenticios, cosméticos y hasta medicinales gracias a sus características organolépticas y nutricionales. Se pueden aprovechar los subproductos como cáscaras, semillas, flores y hojas para obtener compuestos de interés industrial. No obstante, es necesario desarrollar más investigaciones sobre esta fruta que permitan explotar todo su potencial.
- ❖ Explorar y de ser el caso, promover la instalación del cultivo adaptativo de gulupa para definir un paquete tecnológico adecuado a las condiciones del Perú, considerando las experiencias en las regiones de Ancash, Cajamarca y La Libertad, pero para ello previamente, sería importante definir la capacidad de adaptabilidad y contar con un paquete tecnológico. La experiencia con este cultivo todavía es muy escasa y los resultados comerciales obtenidos también.
- ❖ Promover alianzas público privada para desarrollar una mayor investigación de este cultivo e incrementar las hectáreas para hacer más rentable y competitivo la cadena de valor de Gulupa en las zonas andino amazónicas donde pueda ser cultivada. Principal destino de frutas y hortalizas frescas de Europa.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

- ❖ Lograr intercambio de experiencia con productores (pasantías) colombianos para adoptar tecnologías en el manejo técnico del cultivo.
- ❖ Este cultivo se proyecta como promisorio, pero debemos considerar su inversión y retorno al mediano plazo. En dicha inversión se debe considerar las certificaciones, la seguridad de los empleados e incluir garantía de precios para los productores u organizaciones.
- ❖ Perú es un país que puede abastecer durante todo el año gulupa gracias a sus diferentes climas, pero es necesario invertir en la adaptación del cultivo.
- ❖ Bélgica y Países Bajos se posicionan como centros comerciales de las importaciones europeas de frutas exóticas. Países por potencial son: Rusia, Irlanda, Arabia Saudita y Corea.
- ❖ No se debe dejar de lado la posibilidad del mercado orgánico, que está cobrando mayor interés incluso en este nicho de frutas exóticas, lo que puede derivar en importantes ganancias. De hecho, ya existen importadores especializados en esta línea.
- ❖ Sobre el mercado internacional: los Factores económicos, sociales, ambientales y tecnológicos marcan la tendencia creciente en Europa por los jugos de fruta 100 por ciento naturales y reducidos en azúcar.
- ❖ Desarrollar mecanismos de promoción y articulación comercial como: campañas, ferias, ruedas y misiones comerciales para promover la cadena de valor de frutas exóticas, pero para ello es necesario tener una oferta adecuada del producto a ofrecerse.
- ❖ Las frutas como: el lichi, el maracuyá, la pitahaya, la carambola, el tamarindo y el anacarado son consideradas exóticas en los países europeos, en el sentido de que no se producen en Europa y sus volúmenes de consumo son limitados, convirtiéndolos en productos de nicho.
- ❖ El mayor importador de frutas exóticas en el mundo es China (US\$ 1,176 millones); seguido por Países Bajos (US\$ 245 millones) y Estados Unidos (US\$ 244 millones), este último con una tasa de crecimiento anual de 10 %.
- ❖ Los principales proveedores de Frutas exóticas en Europa son Colombia con una participación del 53 % y un crecimiento anual del 9.8 %; seguido por Perú con 38 % y un crecimiento de 14.5 %, y Ecuador con una participación de solo 3 % logrando un crecimiento anual del 18.4 %.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

- ❖ Colombia es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo, en el cultivo de Gulupa comparte con países como Vietnam y Nueva Zelanda el ranking de los 10 países de mayor producción y exportación en el mundo.
- ❖ La Gulupa colombiana llega a 25 mercados (Cifra 2021: Ene – Set), donde lidera Países Bajos con US\$ 28.7 millones (Participación 84.8 %), Reino Unido con US\$ 1.6 millones (Part. 4.9 %) y Bélgica con US\$ 1.1 millones (Part. 3.2 %).
- ❖ El consumidor europeo es cada vez más exigente hacia productos que sean social y empresarialmente responsables, innovadores en sus empaques y competitivos en sus precios. Tenemos que encontrar la variedad ideal que satisfaga las expectativas del consumidor (sabor, color, aroma, firmeza, etc.).
- ❖ Según información obtenida, de la Empresa Agrícola Interandina, este año exporto cerca de 1.3 millones; sin embargo, consideran que no resulta rentable debido a su alto nivel de descarte, se necesita una mayor investigación para adaptar el cultivo y lograr ser competitivo.

8. Referencias bibliográficas

FAO (2018). Las principales frutas tropicales, análisis del mercado, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Roma, 2020

FAO (2019). Análisis del mercado de las PRINCIPALES FRUTAS TROPICALES, Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la Agricultura Roma, 2020

FAO (2014). NORMA PARA LAS FRUTAS DE LA PASIÓN CODEX STAN 316-2014, CODEX ALIMENTARIO.

FONTAGRO (2020). PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD FRUTICOLA ANDINA, Estudio de mercado interno y externo de la fruta fresca y sus derivados

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA – COLOMBIA (2020). Perfil del consumidor europeo.



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL (2012). Tecnología para el cultivo de la Gulupa en Colombia. Primero edición marzo 2012.

Agraria.pe (2021) - <https://agraria.pe/noticias/que-es-la-gulupa-el-fruto-del-que- apenas-hay-plantacion-16400>

Red Agrícola (2020) - <https://www.redagricola.com/co/gulupa-un-cultivo-exigente- pero-con-buenos-retornos/>

Fresh Fruit.pe (2021) - <https://freshfruit.pe/2020/02/19/gulupa-mia/>

El tiempo (2021) - <https://eltiempo.pe/gulupa-fruta-amazonica-beneficios-salud-mp/>

Agronegocios.com (2021) - <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-feria-macfrut- en-italia-promovio-productos-de-la-agricultura-colombiana-como-el-banano-y-gulupa- 3234193>

9. Anexos

9.1. Relación de principales importadores de Gulupa colombiana

IMPORTADOR	FOB US\$					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
LOGISTIC BUSINESS PARTNERS ROTTERDAM B.V	5,456,543	7,925,799	12,255,627	10,408,425	13,046,882	15,608,131
QPI B.V.	5,217,021	4,669,606	4,713,660	3,864,063	6,274,796	2,783,232
NATURE'S PRIDE BV	4,052,838	2,147,730	2,237,582	1,848,847	2,292,918	2,472,806
VDH COMPANY FORWARDING & WAREHOUSING	-	382,551	832,776	1,802,559	1,980,541	1,384,590
LBP-LOGISTIC BUSINESS PARTNERS ROTTERDAM B.V.	91,016	261,416	410,012	1,376,151	1,338,947	446,797
PSL PRODUCT SERVICE LATIN - AMERICA	-	555,715	1,282,169	835,231	1,127,183	195,076
AARTSENFUIT BREDA B.V	739,017	339,970	602,217	439,308	933,129	207,847
WEALMOOR UK	355,816	189,685	473,370	517,679	897,690	537,478
ROVEG FRUIT & VEGETABLES	101,928	43,482	517,051	928,211	719,594	1,067,590
BARNIER SARL.	1,039,223	1,357,825	765,604	579,816	635,544	228,511
STARFRUIT COMPANY NV	768,862	938,369	882,532	633,890	582,912	788,060
TF INTERNATIONAL BV	-	-	-	287,793	516,437	155,931
MCGARLET SRL	379,580	371,452	410,687	354,665	405,659	460,213
PILZ SCHINDLER GMBH	-	-	37,925	261,026	267,747	290,911
JB MARKETING BVBA.	-	-	7,565	222,878	183,069	208,783
INTERNATIONALE FRUCHTIMPORT	90,083	6,875	140,188	226,936	170,486	-
BEGLEYS DISTRIBUTION	366,103	121,556	180,499	215,858	161,997	-
PLANET PRODUCE LTD	83,200	61,151	151,455	133,683	155,199	47,450
FRESH4U PRODUCE LTD	157,503	119,110	145,398	117,275	146,549	39,433
GIOVANELLI FRUCHTIMPORT AG	83,759	65,609	163,088	73,019	139,559	91,179
FRUITS CMR, SAU	11,763	17,440	12,240	167,855	137,047	63,554
FRESH DELIGHT UK LTDA	248,395	264,175	244,404	205,579	122,977	1,125,440
SPREAFICO FRANCESCO & F.LLI SPA	-	3,841	36,032	10,962	122,307	62,579
TNLC THE NEW LOGISTIC COMPANY	16	10	57,569	89,921	106,920	89,037
NETA A.S.	53,366	255,316	452,275	223,585	104,737	106,565
GREENYARD FRESH UK LTD.	-	-	-	-	104,187	-
CULTIVAR S.A.U.	78,260	128,347	92,500	116,991	98,327	56,145
TERRA EXPORTS INTL LLC	-	-	-	-	95,665	-



FRESH ADVANCEMENTS INC	15,603	40,421	89,865	59,352	85,203	73,185
YEX B.V	267,033	325,884	165,666	165,392	81,235	639,702
MONCO PRODUCE INC	-	-	-	32,110	79,458	69,053
TFC HOLLAND B.V.	387,071	610,147	360,509	109,762	74,284	250,911
COMPAGNIE FRUITIERE IMPORT	-	50,982	224,134	155,736	73,642	181,715
EXO FRESH GMBH	178,313	98,296	63,170	56,697	63,809	1,056
ISLA BONITA TROPICAL FRUITS S. A.	3,890	11,403	50,371	61,077	56,205	17,234
GAIA INTERNATIONAL SAS	-	-	-	-	54,209	17,425
JIRSTREK FRUIT LTEE	51,423	48,921	53,879	64,755	51,238	36,473
GEORGES HELFER S.A.	450	1,138	3,801	4,666	49,682	77,476
COLOMBIA EXOTIC	83,297	32,984	43,319	40,630	47,162	24,841
GREENYARD FRESH NETHERLANDS BV	-	28,165	99,520	27,162	44,096	-
FRESH DIRECT PRODUCE LIMITED.	20,133	22,849	37,558	26,541	43,926	19,924
ASIA MIX LLC	-	-	-	61,341	42,145	6,614
VAN WHOLE PRODUCE LTD	-	-	-	550	35,537	8,925
ALMA SRL	-	-	870	-	34,937	44,884
VAN GELDER RIDDERKERK	-	-	5,535	28,942	34,748	6,201
OOO GORODSKOY SUPERMARKET	-	-	-	-	31,081	26,836
SMART NATURAL CIRCLE INC	-	-	1,332	26,687	29,314	25,867
CANADAWIDE FRUIT WHOLESALERS INC	31,646	10,510	20,189	15,018	27,293	15,372
MENELAOS FRUITS LTD	-	41,611	58,535	5,406	26,006	-
JSC TANDER // DON LIMON GMBH	-	-	-	-	24,278	-
SAS ALROPRIM BLASCO	-	-	-	2,951	21,228	49,150
WESTFALIA MARKETING B.V	53,114	49,815	45,642	35,143	20,999	19,841
FERRYFAST PRODUCE LTD	31,622	28,778	51,366	47,185	20,828	2,417
CIA FRU&VER MADRID	63,043	20,257	9,774	35,109	16,954	10,623
ZIMPELMANN SELECT-FRUIT GMBH Y CO.	21,882	23,170	17,765	13,358	16,943	8,583
FRUTAS DOURADAS LTD	22,401	25,297	23,994	22,160	16,304	225,021
TITBIT, S.R.O	52,213	6,780	5,448	19,693	16,222	6,459
TROPICAL FARMS S.A.	-	-	-	8,790	16,197	-
MINOR WEIR AND WILLIS LIMITED	-	-	19,040	25,422	15,437	-
STAR FRUIT FOODSTUFF, VEGETABLES AND FRUIT S CO.	166	913	5,595	20,055	15,080	-
BE-FRESH PRODUCE BV	81,745	103,083	115,857	51,345	14,789	134
PROVINCIAL FRUIT CO LIMITED	27,832	45,273	45,180	26,143	14,635	356,594
ALL GREEN LTD.	-	-	-	7,747	13,868	6,300
LA HUERTA IMPORTS INC.	-	-	-	28,667	13,548	5,985
STAR PRODUCE BURNABY	19,263	14,488	-	12,469	13,397	-
ORGANIC STANDARD	-	-	-	-	12,966	-
J.M LEVARTH & ZN. B.V	-	-	-	439,962	12,745	-
KISSAO	42,516	13,561	17,725	3,835	10,682	-
RUSH GROUP LIMITED	-	-	-	3,760	10,378	-
NUNDINOR GMBH	-	-	7,421	14,216	9,733	177,312
N&K B.V EORI	-	-	-	-	9,394	14,506
TROFI BV	26,256	134,873	16,166	50,048	9,261	-
SEDIFEL SARL	-	-	-	-	8,766	-
2B WORLD TRADING LTD	-	-	-	7,187	8,643	-
DAVID OPPEHEIMER & ASSOCIATES	20,601	19,662	26,338	28,612	7,992	18
TOMATO KING 2010 INC	-	-	-	-	7,973	11,299
CAPEXO S.A.	-	17,846	104,219	-	7,700	13,118
ABDULLA HASSAN TRADING ESTABLISHMENT	-	-	-	-	7,536	9,665
MHS INTERNATIONAL GMBH AND CO.KG	37,575	28,650	27,332	13,707	7,506	21,570
WELLFRESH PRODUCE LTD	-	-	-	55,249	7,240	5,616
MERCAJARA S. L	-	-	1,098	32,263	7,204	-
WORLD FRUIT CENTRE WLL	-	-	-	-	7,147	9,922
CAN AM PRODUCE & TRADING LTD	-	-	-	-	6,422	490
LUZ MERY MELO MEJIA	-	-	7,103	2,041	6,387	3,865
AL.MA. S.R. L	6,330	-	11,977	69,636	6,022	32,370
MAPLE LEAF TECHNOLOGY LTD	-	-	-	-	5,625	3,803
RETAIL IMPORT LLC	-	-	-	39,120	5,460	-
COMEXA IMPORT	66,736	55,846	-	24,267	5,422	-
CHAMPIONONES Y SETAS GIMENEZ S.L.	5,028	4,560	5,436	5,382	5,361	210
OOO PROD EXPRESS	-	14,181	3,187	9,210	5,016	1,337
BANANEN FRUCHT AG	-	2,916	-	1,522	5,001	-
ANGAR TRADING COMPANY INC	-	-	-	-	4,678	4,580
QUALITY PRODUCE INTERNATIONAL QPI	340,298	182,611	107,732	4,574	4,388	7,301,976
JACANA PRODUCE LTD	80,992	130,051	33,864	103,752	4,310	139,176
MAJID AL FUTTAIM HYPERMARKETS L.L.C	-	-	-	-	4,218	7,455
MAMONA TRAITD	-	-	-	-	4,202	1,833
AL JAZIRA GROUP	-	-	-	1,970	3,894	5,123
COFRUMA S.L.	-	-	-	829	3,839	723
FRATELLI SANTINI SRL	-	-	-	27,248	3,233	-
YIJIE HOLDINGS INC	-	-	-	-	3,117	-
AL DAHRA AGRICULTURE LLC	-	-	-	-	3,076	-
SANJAY ENTERPRISE INC	-	-	-	402	3,066	410



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riegosierra y selva
exportadora

I.D.P. - ANTWERP CARE OF TF INTERNATIONAL BV	-	-	-	-	2,951	-
GREENYARD FRESH FRANCE	-	-	-	-	2,604	-
INTI HARVEST EUROPE	-	-	-	1,386	2,522	104,606
FRESH SUPPLY SL	-	-	-	-	2,492	-
AGRO MERCHANTS GROUP	-	-	602,727	777,901	2,296	-
FRUCOM FRUITS SL	-	-	-	7,260	2,294	-
JB TROPICAL TRADING INC	-	-	-	65	2,193	7,522
TROPI WORLD FZ-LLC	-	-	-	-	2,162	11,710
J.A. MEEDER BV	-	-	-	32,201	2,013	1,518
METRO CASH AND CARRY OOO	-	-	1,302	707	1,965	46,531
EURO ASIA FRUIT IMP EXP SL.	-	-	2,303	3,567	1,928	567
FRUIT CMR S.A. U	7,182	-	86,196	-	1,872	15,750
GARDEN FRUTTA SRL.	-	-	-	-	1,846	-
OOO FRUKT-IMPORT	-	-	-	-	1,716	-
1112462 BC LTD	-	-	-	1,125	1,626	-
PECH FRUITS SL	-	-	-	-	1,548	1,717
HLB SPECIALITIES	-	-	-	3,231	1,396	4
CLJ LOGISTIC UK LTD	-	-	-	-	1,364	-
FRESH FRUIT COMPANY VEGETABLES AND FRUIT	-	328	-	-	1,257	11,135
IMPORTACIONES FREMALU S.L	-	2,061	232	1,438	1,231	-
EMPEROR SPECIALTY FOODS LTD	-	-	1,876	7,169	1,206	-
SBI PRODUITS	-	-	-	-	1,177	9,749
AL DAHRA FOOD LLC	-	-	-	-	1,176	-
LLC -LETCOM-	-	-	-	-	1,155	321
BONDI PRODUCE CO LTD	8	-	-	-	1,140	-
HLB TROPICAL FOOD GMBH C/O HELLMAN WORLDWIDE	-	-	-	-	1,097	130
COURCHESNE LAROSE LTEE	-	2,226	250	536	1,056	-
WOUTERS AGENCIAS ARUBA N V	3,258	1,098	2,450	1,620	1,056	492
EPORIFRUTAS S.A	9,055	4,768	6,794	3,176	1,040	-
AMELIE BV	-	-	-	-	996	9,446
FLYING FISH TRADING INC	-	-	-	-	930	732
AL RAED FRESH FOOD PROCESSING FACTORY	-	-	-	-	916	-
PRODMIR LLC	-	-	870	4,996	864	1,698
EXPORTAEUROPA JARAMILLO VERTRIEB LATEINAMERIKA	-	-	-	-	646	306
WENG KEE TRADING	-	-	-	-	604	44
FRUKTOVAYA POCHTA	-	-	-	3,600	580	-
SELECT AGRUMES S.A.S	-	-	570	12,133	536	2,087
PACIN ENTERPRISES	232	-	1,307	1,126	534	-
PARAMOUNT AGRICOLE CO. W. L. L.	-	-	-	148	523	476
FERMAC CARGO ESPAÑA SA	-	-	-	-	490	-
NUTRITIVA IMPORTADORA E COMERCIO DE FRUTAS LTDA	-	-	-	-	414	-

Fuente: Veritrade, 2021 /Cifra 2021 Ene - Nov