



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



BICENTENARIO
PERÚ 2021



Siempre
con el pueblo



Granadilla: perspectivas de mercado



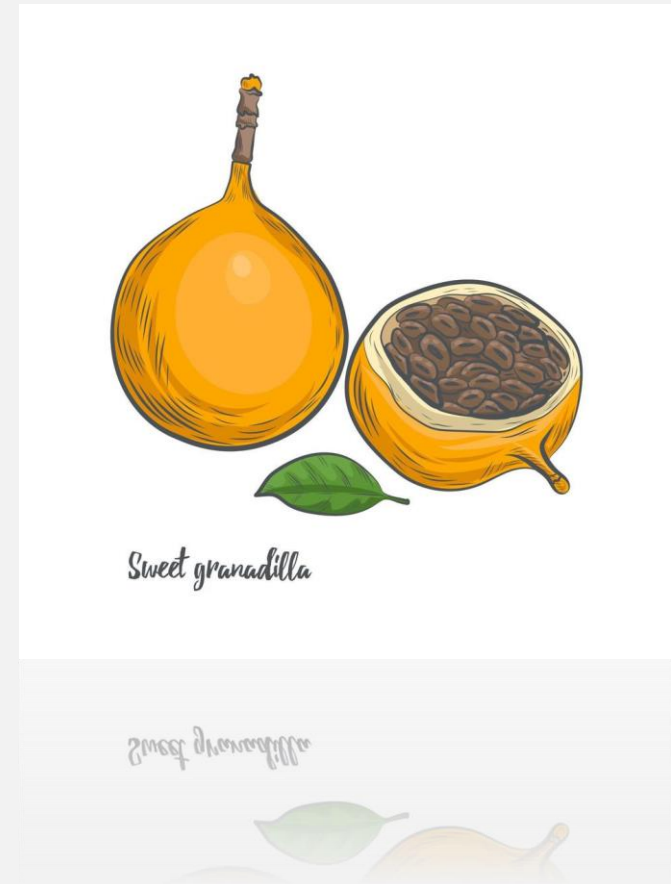
sierra y selva
exportadora

Unidad de Inteligencia Comercial

2022

CONTENIDO

1. Definición del producto
2. Producción
3. Mercado mundial de frutas exóticas /Comercio Internacional/Requisitos
4. Canales de comercialización
5. Exportaciones peruanas
6. Tendencias
7. Conclusiones
8. Recomendaciones



1. Definición

- Baya cubierta dura, de forma casi esférica.
- Color: Verde a anaranjado intenso dependiendo madurez.
- Sabor: dulce y aromático. Comestible y también utilizado para la industria de alimentos y bebidas.
- Tamaño de 6 de 8 cm de diámetro
- Peso: 70 a 140 g



EUROPE - USA

Extra Class - Class I

| CALIBER | MM | WEIGHT |
|---------|---------|--------|
| A | +78 | 130 gr |
| B | 71 - 77 | 125 gr |
| C | 66 - 70 | 120 gr |
| D | 61 - 65 | 100 gr |

WEIGHT: Approx. weight range.



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

 **sierra y selva
exportadora**

 **Siempre
con el pueblo**





1. Definición - origen

- Nombre científico: *Passiflora ligularis* Juss
- *Familia Passiflorácea*
- Fruta originaria de América del Sur
- Zona de cultivo: desde el norte Argentina hasta México
- Crece en suelos livianos, franco, o franco-arenoso, que permiten un mejor crecimiento y desarrollo
- Los valores de PH deben estar entre 5.5 – 6.5

1. Definición – factores medioambientales

- Temperatura: sumamente apta (18-20°)
moderadamente apta (15-18° , 20 – 23°)
- Altitud: sumamente apta (2 000 – 2 500 m)
moderadamente apta (1 800 – 2000m, 2500 - 2800m)
- Humedad relativa (HR): sumamente apta (70 – 75%)
moderadamente apta (60-70% , 75-80%)
- Vientos: vientos en calma o leves.



1. Definición : beneficios

- Contiene vitaminas A, C y K
- Además de fósforo, hierro y calcio
- 1/2 taza granadilla aporta el 33% de vitamina C diaria
- Eficaz en la prevención del estreñimiento
- Previene malestares como la gastritis y la acidez
- Regula el ritmo cardíaco y la presión arterial

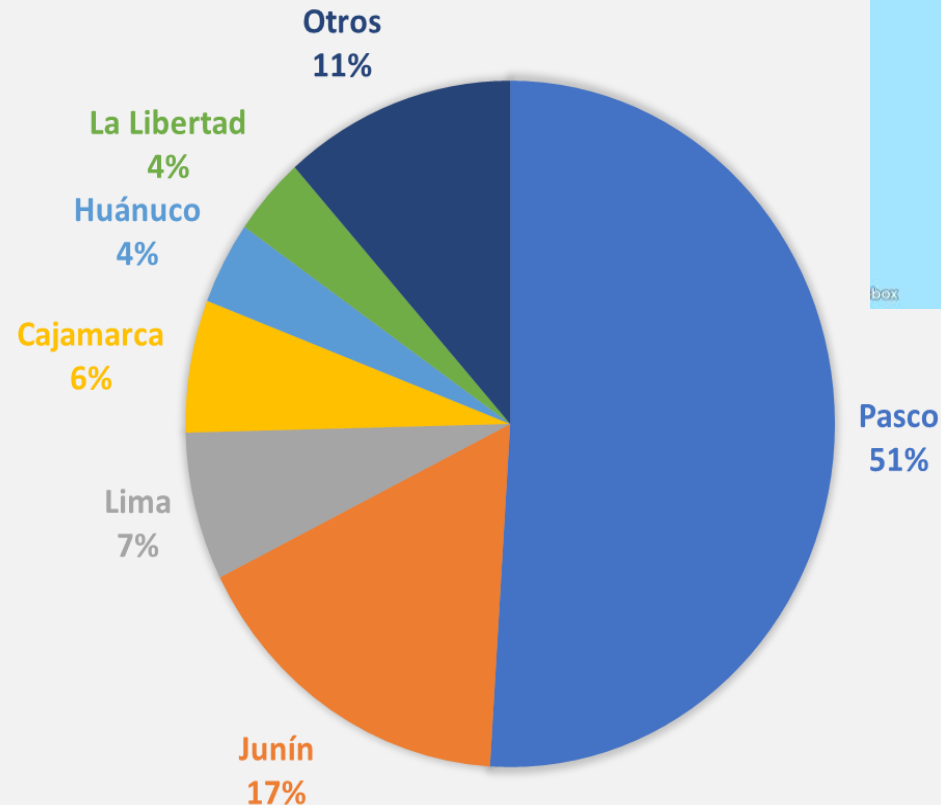


2. Producción: rendimiento

La producción nacional de granadilla se da principalmente en Pasco (51%), Junín (17%), Lima (7%), Cajamarca (6%), entre otros.

La maracuyá como passiflora se da en Lima, Lambayeque, Áncash, Piura y otros.

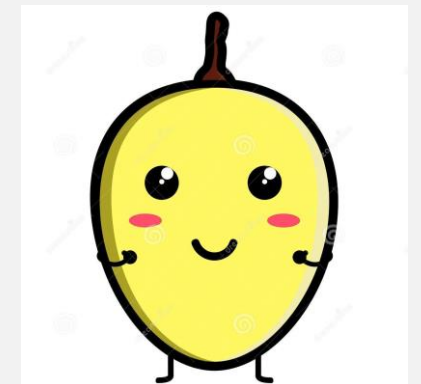
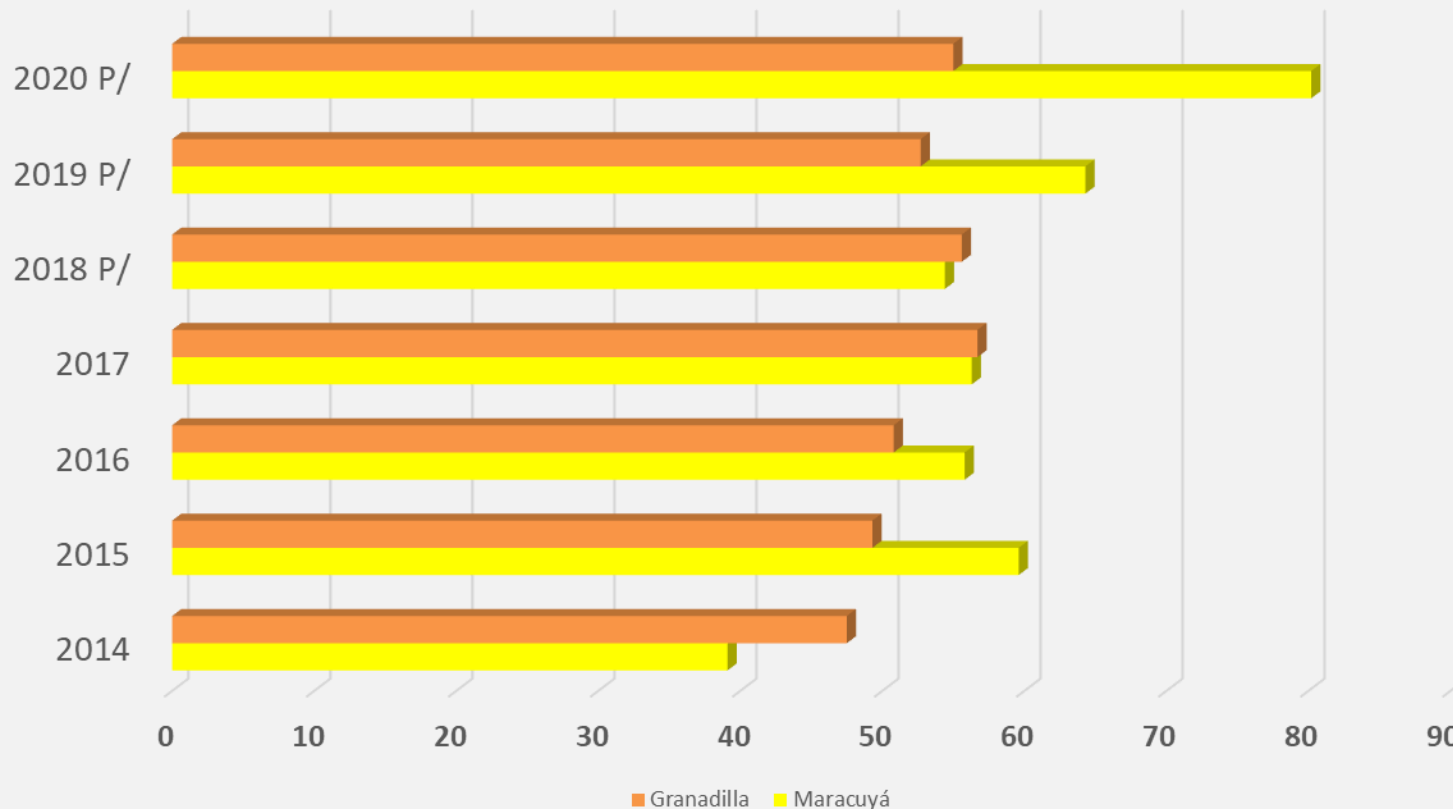
PRODUCTORES DE GRANADILLA EN EL 2021



2. Producción

Comparativa de la producción de pasifloras peruanas: maracuyá y granadilla.

Toneladas producidas de granadilla y maracuyá



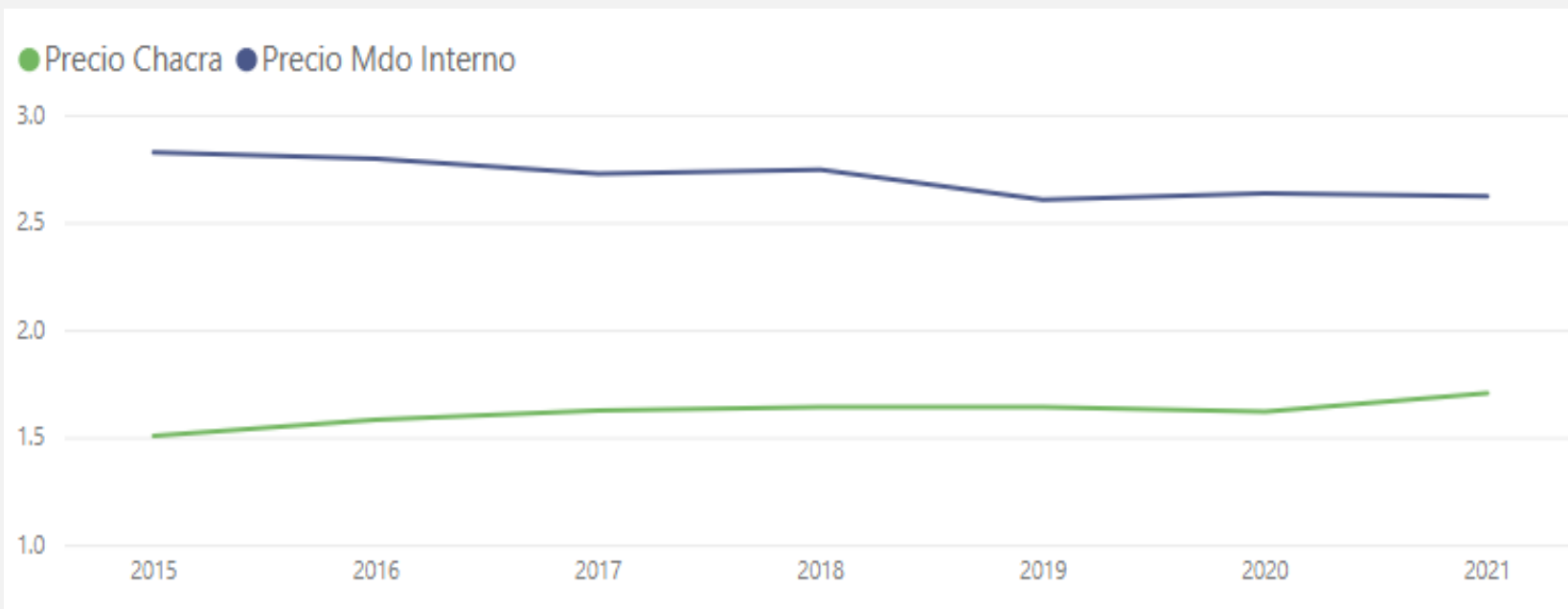
2. Producción: precios

Los precios al 2021 rondan el S/ 1.70/kg y el precio en el mercado interno al 2021 bordea el S/ 2.62 /kg.

Ojo: el costo para sembrar una hectárea de granadilla no baja de los 25 mil soles.



| Año | Precio Chacra | Precio Mdo Interno |
|------|---------------|--------------------|
| 2015 | 1.51 | 2.83 |
| 2016 | 1.58 | 2.80 |
| 2017 | 1.62 | 2.73 |
| 2018 | 1.64 | 2.75 |
| 2019 | 1.64 | 2.61 |
| 2020 | 1.62 | 2.64 |
| 2021 | 1.70 | 2.62 |



2. Producción: rendimiento

Los precios en chacra al 2022 es aproximadamente S/ 1.66 / kg y se calcula se produjeron 62 mil toneladas el año 2021.

Rendimiento (t/ha)

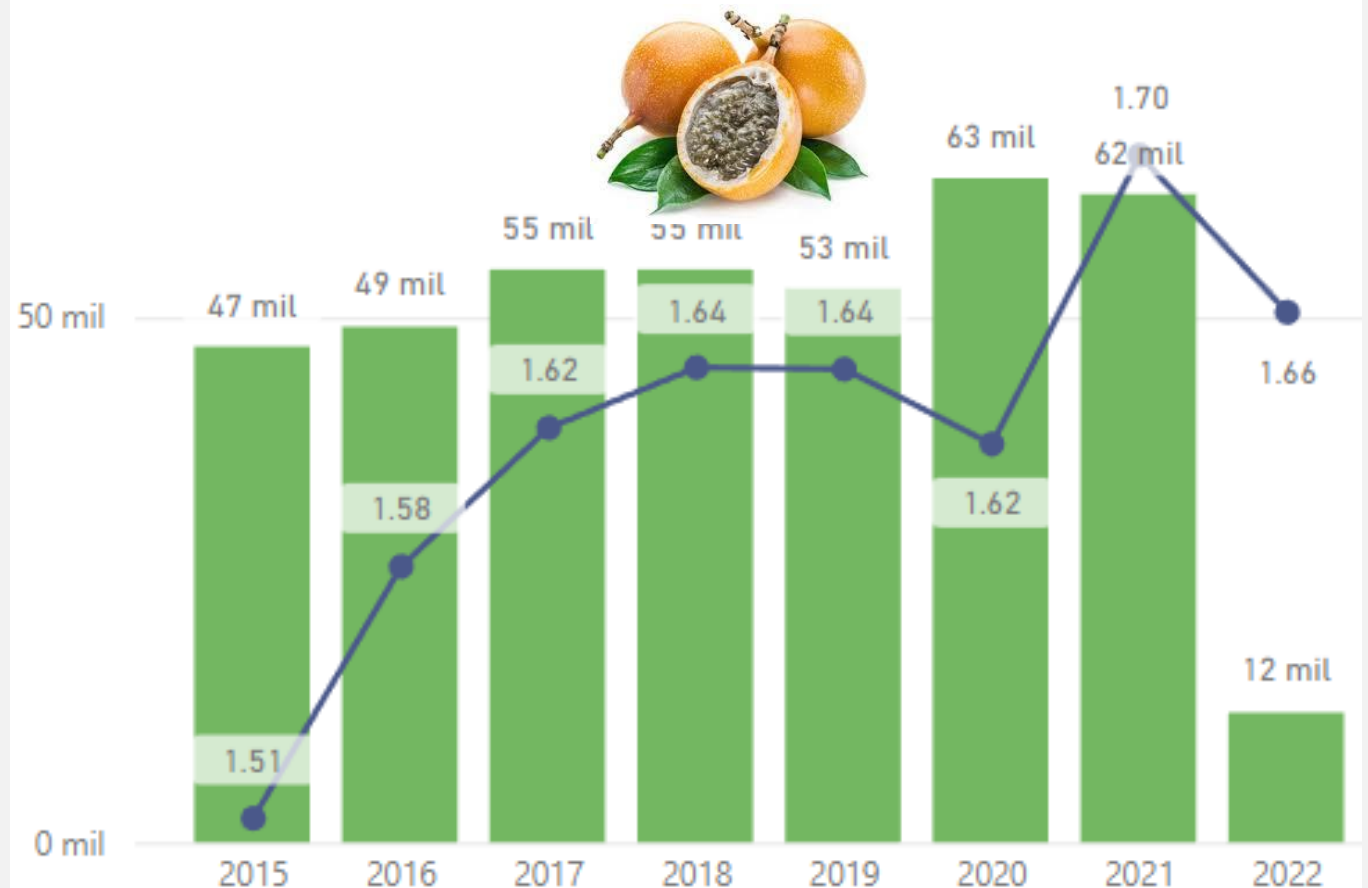
10.13

N° Productores

6,158

Producción Total (t)/Precio en chacra (Soles/kg)

● Produccion (t) ● Precio Chacra



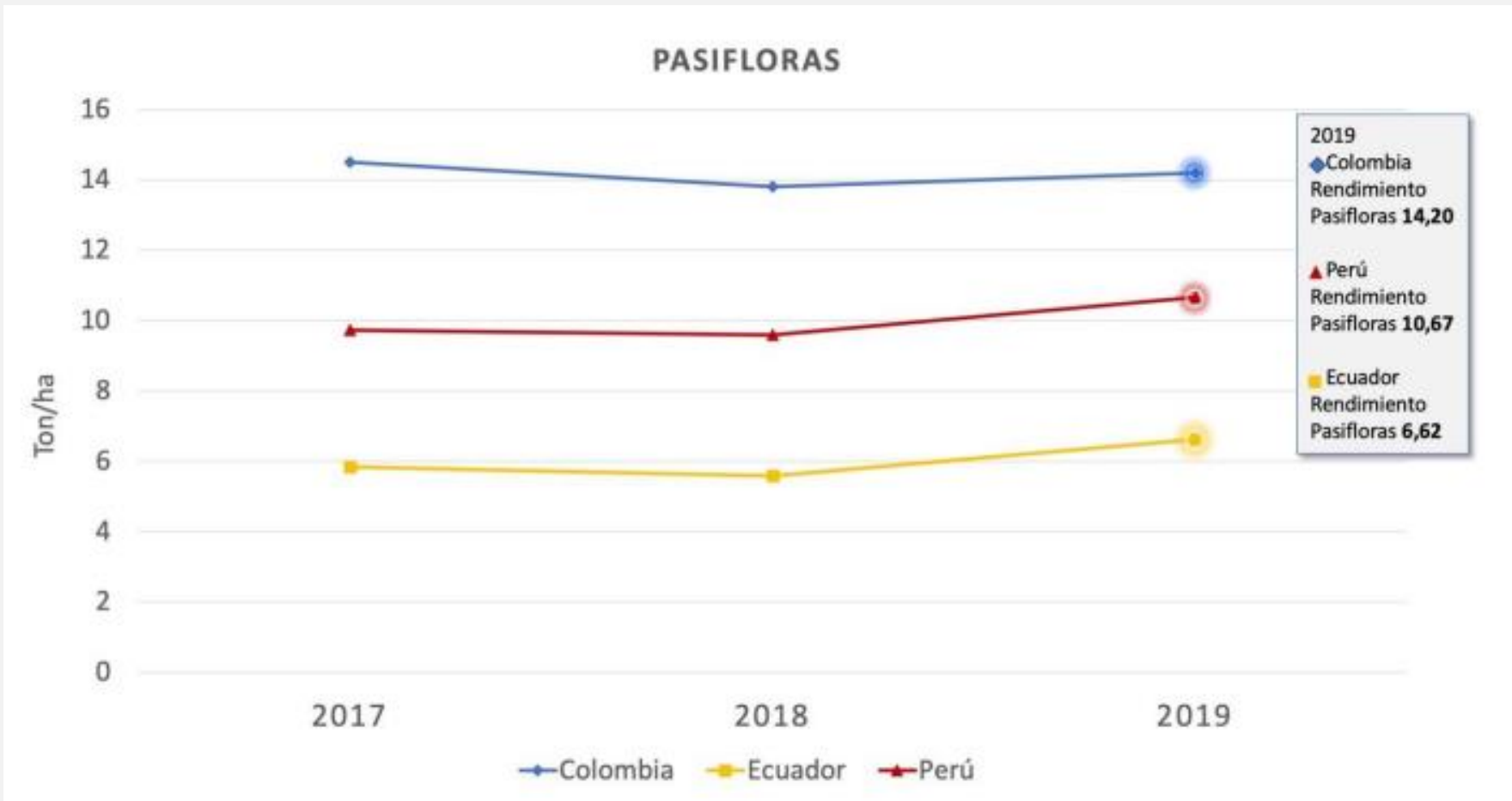
2. Producción - Agricultura familiar

- En promedio el costo para la agricultura familiar de la instalación de una parrilla para la granadilla bordea los 20 mil a 25 mil soles – a precios de abril 2021 – por ha. Lo que significa una gran inversión para la agricultura familiar.
- El mercado es básicamente local con poco énfasis en el mercado exportador.
- Se pueden hacer productos derivados como jugo de la granadilla (pulpa)



Foto propia: campo abandonado de granadilla en estadio avanzado en Huancabamba, reemplazado por palto (Mayo, 2022)

2. Producción comparativa en Colombia y Ecuador



Los principales países de la región que producen Passifloras son Colombia, Ecuador y Perú.

Colombia tiene los mejores rendimientos de la región, y es líder en la exportación de esta variedad a Europa y Asia.

2. Producción - Agricultura familiar

Uno de los principales problemas es la falta de previsión de los cultivos, así cuando los precios suben, se empiezan a hacer planes para el cultivo en las localidades, los cuáles empiezan a ser replicados por otros municipios, generándose un incremento sostenido de la producción con la consecuente caída de precios.

Antes de la pandemia se fomentó el cultivo de la granadilla, ahora se ven campos abandonados y reemplazados por cultivo de palto.



Foto propia: campo abandonado de granadilla en estadio avanzado en Huancabamba, reemplazado por palto (Mayo, 2022)

2. Producción - Agricultura familiar

- Los costos de jornal han subido en las zonas de cultivo.
- La época de cosecha del café hace exista escasez de mano de obra en el campo.
- Aquellos que tienen campos con gente contratada todo el año (personal fijo) puede superar este problema si son pequeños productores.
- Antes de la pandemia se fomentó el cultivo de la granadilla, ahora se ven campos abandonados y reemplazados por cultivo de palto.
- El precio de instalar una hectárea de granadilla se ha incrementado en alrededor de 30%.



Foto propia: campo abandonado de granadilla en estadio avanzado en Huancabamba, reemplazado por palto (Mayo, 2022)



3. Mercado mundial de frutas exóticas

Las frutas exóticas llaman la atención de un segmento creciente de personas preocupada por su salud por lo que buscan en ellas esos beneficios y son exigentes respecto de los requerimientos, certificaciones, cuidado del medio ambiente en el origen, entre otras razones.

Cabe señalar que es un segmento instruido pero que puede desconocer algunos frutos por lo que es importante que sea acompañado de una campaña de marketing vinculada a posicionar a la granadilla y otras frutas exóticas, como aquella que sea la referencia cuando busquen un sabor agradable y los beneficios que estas aportan, tomando en cuenta, que existen muchas opciones en el abanico de frutos exóticos que pueden estar al alcance de estos consumidores.



3. Mercado mundial de frutas exóticas

“Las condiciones climáticas en las que se producen les permiten a las frutas tropicales desarrollar propiedades nutritivas y novedosas para los consumidores de mercados extranjeros. De igual manera, el consumo de frutas tropicales, tanto de fruta fresca como procesada, ha ido en aumento al menos en los últimos años y en muchos países, especialmente en los desarrollados como Estados Unidos y los que pertenecen a la Unión Europea, según informa la FAO”

“El mercado de las frutas tropicales ha mostrado una evolución positiva incentivados por la novedad, este es el factor más importante en el mercado internacional donde se presentan cada vez más participantes, la aparición de la competencia ha provocado en que se fomenten iniciativas en relación a la transformación de la materia prima de acuerdo a las necesidades específicas de los mercados extranjeros, iniciativas que contribuyen al incremento del valor comercial” (Álvarez, 2015)



3. Comercio internacional partida 081090

Las importaciones mundiales de la partida de Passifloras frescas (081090), ha tenido un crecimiento de 6 % en los últimos 5 años y totalizando 4 mil millones de US\$ comerciados, pero esta partida incluye otros frutos.

Fuente: ITC

| Importadores | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Var 21/20 | CAGR 5 años | Participación |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|---------------|
| Mundo | 3,217,645 | 3,350,924 | 3,415,425 | 3,605,857 | 4,060,507 | 12.6% | 6.0% | 100% |
| China | 888,267 | 857,481 | 918,792 | 1,176,770 | 1,250,762 | 6.3% | 8.9% | 30.8% |
| Hong Kong, China | 170,217 | 152,832 | 188,759 | 187,981 | 297,119 | 58.1% | 14.9% | 7.3% |
| Países Bajos | 231,813 | 247,867 | 238,083 | 243,896 | 292,063 | 19.7% | 5.9% | 7.2% |
| EE.UU. | 192,772 | 220,463 | 216,036 | 243,936 | 275,176 | 12.8% | 9.3% | 6.8% |
| Viet Nam | 238,548 | 227,876 | 144,791 | 40,708 | 152,813 | 275.4% | -10.5% | 3.8% |
| Alemania | 120,737 | 147,499 | 135,036 | 145,321 | 143,563 | -1.2% | 4.4% | 3.5% |
| F. Rusa | 81,690 | 115,935 | 125,187 | 142,694 | 140,143 | -1.8% | 14.4% | 3.5% |
| Arabia Saudita | 49,036 | 111,227 | 152,921 | 188,301 | 125,384 | -33.4% | 26.5% | 3.1% |
| Indonesia | 163,124 | 116,654 | 144,930 | 72,560 | 120,719 | 66.4% | -7.2% | 3.0% |
| Francia | 97,021 | 96,943 | 100,207 | 94,815 | 117,890 | 24.3% | 5.0% | 2.9% |
| Reino Unido | 61,983 | 63,162 | 66,136 | 58,215 | 82,039 | 40.9% | 7.3% | 2.0% |
| Canadá | 57,419 | 60,769 | 60,984 | 69,420 | 81,312 | 17.1% | 9.1% | 2.0% |
| Italia | 59,555 | 68,476 | 57,245 | 57,292 | 65,929 | 15.1% | 2.6% | 1.6% |
| Bélgica | 52,042 | 72,941 | 66,022 | 61,084 | 53,577 | -12.3% | 0.7% | 1.3% |
| Malasia | 22,743 | 24,341 | 28,926 | 31,860 | 52,237 | 64.0% | 23.1% | 1.3% |
| EAU | 91,902 | 71,589 | 69,898 | 75,794 | 51,040 | -32.7% | -13.7% | 1.3% |
| Pakistán | 14,337 | 18,877 | 24,569 | 18,101 | 44,186 | 144.1% | 32.5% | 1.1% |
| Austria | 34,631 | 28,434 | 31,321 | 40,461 | 42,799 | 5.8% | 5.4% | 1.1% |
| Singapur | 30,824 | 35,801 | 31,797 | 37,560 | 38,534 | 2.6% | 5.7% | 0.9% |
| Otros | 558,984 | 611,757 | 613,785 | 619,088 | 633,222 | 2.3% | 3.2% | 15.6% |



3. Comercio internacional : Exportadores

Las exportaciones mundiales de la partida de Passifloras frescas (081090) no ha tenido un crecimiento en los últimos 5 años y alcanza los 3.8 mil millones de US\$ comerciados, pero esta partida incluye otros frutos. Perú ha crecido más que Ecuador en % pero más creció México.

Colombia ha crecido 11% TCEA 5 años.

| Exportadores | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Var 21/20 | CAGR 5 años | Participación |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| Mundo | 3,879,218 | 4,006,547 | 4,436,026 | 4,035,771 | 3,869,829 | -4.1% | -0.1% | 100% |
| Tailandia | 709,184 | 640,477 | 785,921 | 630,149 | 838,617 | 33.1% | 4.3% | 21.7% |
| Viet Nam | 1,479,306 | 1,563,283 | 1,549,394 | 1,341,076 | 722,240 | -46.1% | -16.4% | 18.7% |
| Países Bajos | 236,407 | 286,543 | 293,639 | 338,683 | 344,164 | 1.6% | 9.8% | 8.9% |
| China | 126,473 | 160,001 | 244,837 | 252,802 | 243,391 | -3.7% | 17.8% | 6.3% |
| Hong Kong | 123,789 | 82,966 | 121,181 | 105,764 | 233,954 | 121.2% | 17.2% | 6.0% |
| Turquía | 97,302 | 115,029 | 98,166 | 126,075 | 134,518 | 6.7% | 8.4% | 3.5% |
| España | 118,550 | 91,875 | 96,150 | 87,874 | 100,576 | 14.5% | -4.0% | 2.6% |
| Ecuador | 16,345 | 38,202 | 69,241 | 92,677 | 99,707 | 7.6% | 57.2% | 2.6% |
| India | 109,477 | 98,482 | 114,529 | 89,878 | 95,807 | 6.6% | -3.3% | 2.5% |
| Colombia | 62,041 | 74,863 | 80,197 | 76,931 | 94,058 | 22.3% | 11.0% | 2.4% |
| Perú | 59,914 | 71,178 | 68,209 | 63,788 | 83,514 | 30.9% | 8.7% | 2.2% |
| EE.UU. | 63,730 | 68,048 | 69,765 | 77,878 | 73,192 | -6.0% | 3.5% | 1.9% |
| Egipto | 97,836 | 77,755 | 71,830 | 66,519 | 71,484 | 7.5% | -7.5% | 1.8% |
| Taipei Chino | 33,955 | 48,563 | 63,374 | 69,839 | 68,344 | -2.1% | 19.1% | 1.8% |
| México | 27,966 | 25,752 | 28,535 | 43,669 | 59,356 | 35.9% | 20.7% | 1.5% |
| Afganistán | 0 | 0 | 14,747 | 18,891 | 45,620 | 141.5% | | 1.2% |
| Bélgica | 33,972 | 65,153 | 146,417 | 46,588 | 44,439 | -4.6% | 6.9% | 1.1% |
| Azerbaiyán | 13,843 | 17,841 | 26,830 | 36,740 | 37,192 | 1.2% | 28.0% | 1.0% |
| Francia | 26,152 | 18,560 | 24,754 | 22,083 | 34,853 | 57.8% | 7.4% | 0.9% |
| Otros | 442,976 | 461,976 | 468,310 | 447,867 | 444,803 | -0.7% | 0.1% | 11.5% |

Fuente: ITC



En corto

Se comercia alrededor de 4 mil millones de exportaciones e importaciones de la partida 081090

Los bloques que más han crecido en términos de importación son UE y Asia.

Asia con China como principal importador de la categoría, seguido de Hkong, Países Bajos y EE.UU.



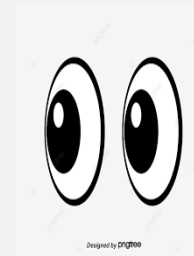
Los importadores europeos que han crecido 2021/2020 son Países Bajos (19.7%), Francia (24.3%), Reino Unido (40.9%) e Italia (15.1%).

Los exportadores de la categoría son Tailandia, Vietnam , Países Bajos, y China.

Los exportadores sudamericanos están entre los 10 primeros como Ecuador han crecido 57.2% en promedio los últimos 5 años, Colombia en 11 % y Perú en 8.7%.

Requisitos de productos agropecuarios al mercado europeo

- Se deben evitar contaminantes
- Ej. Límites de nitrato en espinacas y lechuga
- Cadmio o metales pesados como plomo, mercurio, estaño inorgánico, en frutas y verduras frescas.
- Para la mayoría de frutas o verduras frescas, el límite de contaminación con plomo es 0.10 mg/kg y cadmio 0.05mg/kg



Los contaminantes son sustancias que no se han agregado intencionalmente a los cultivos pero están o pueden estar presentes en las distintas etapas de producción, embalaje, transporte o tenencia.

Requisitos de productos agropecuarios al mercado europeo

- Las exportaciones de frutos exóticos (la categoría en la que están las granadillas) ha crecido 40% en promedio los últimos años, y son importados por importadores especializados y distribuidores.
- La calidad del producto debe cumplir todos los estándares requeridos así como un etiquetaje, empaque idóneo, etc.



Fuente: Google imágenes

4. Canales de comercialización

El principal canal de comercialización para la frutas y verduras fresca dentro del canal minorista son **las grandes cadenas de supermercados**, y aunque también se comercializa a través **de algunas tiendas especializadas como fruterías o mercados de barrio**, la gran mayoría se vende a través de supermercados.



4. Canales de comercialización



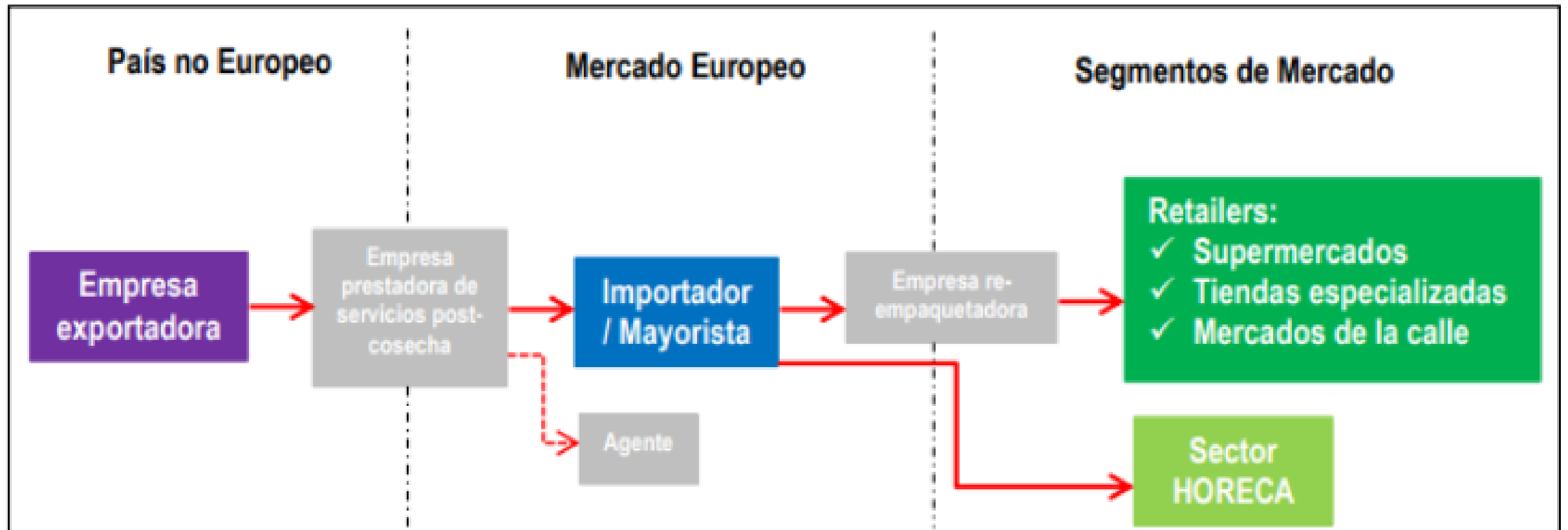
7,58 € (18,95 € / Kg)

SUPERMERCAD 
El Corte Inglés



Las presentaciones de los productos varían dependiendo del supermercado, en general, se está evitando el plástico en los empaques.

4. Canales de comercialización

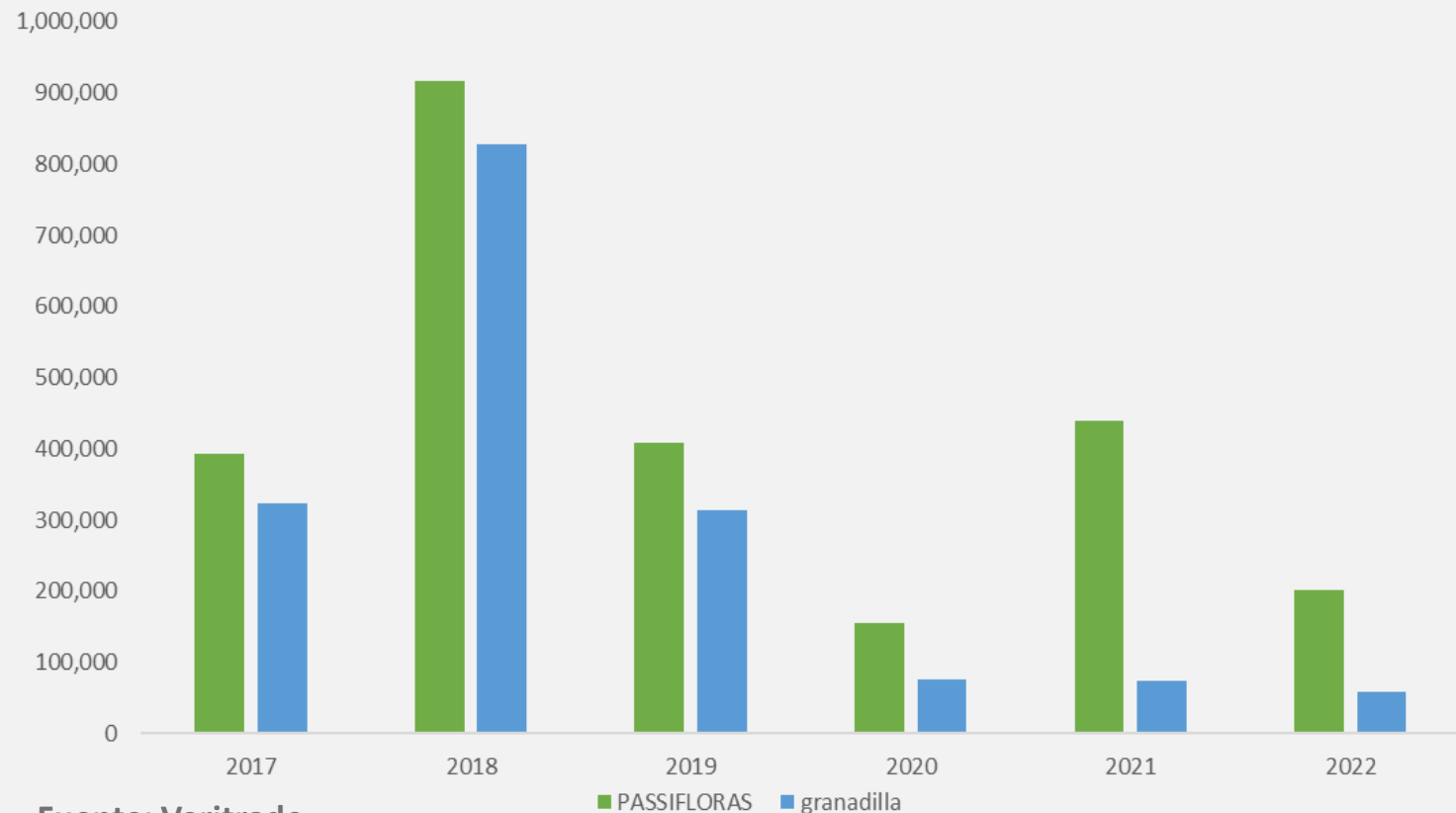


5. Exportaciones peruanas

De la partida que exporta fruto de Passifloras frescas (081090.1000), la granadilla ha tenido un comportamiento volátil. De representar 90% pasó a representar 20 en 4 años en volumen.

Evolución de las exportaciones de frutos Passifloras frescos

Volumen



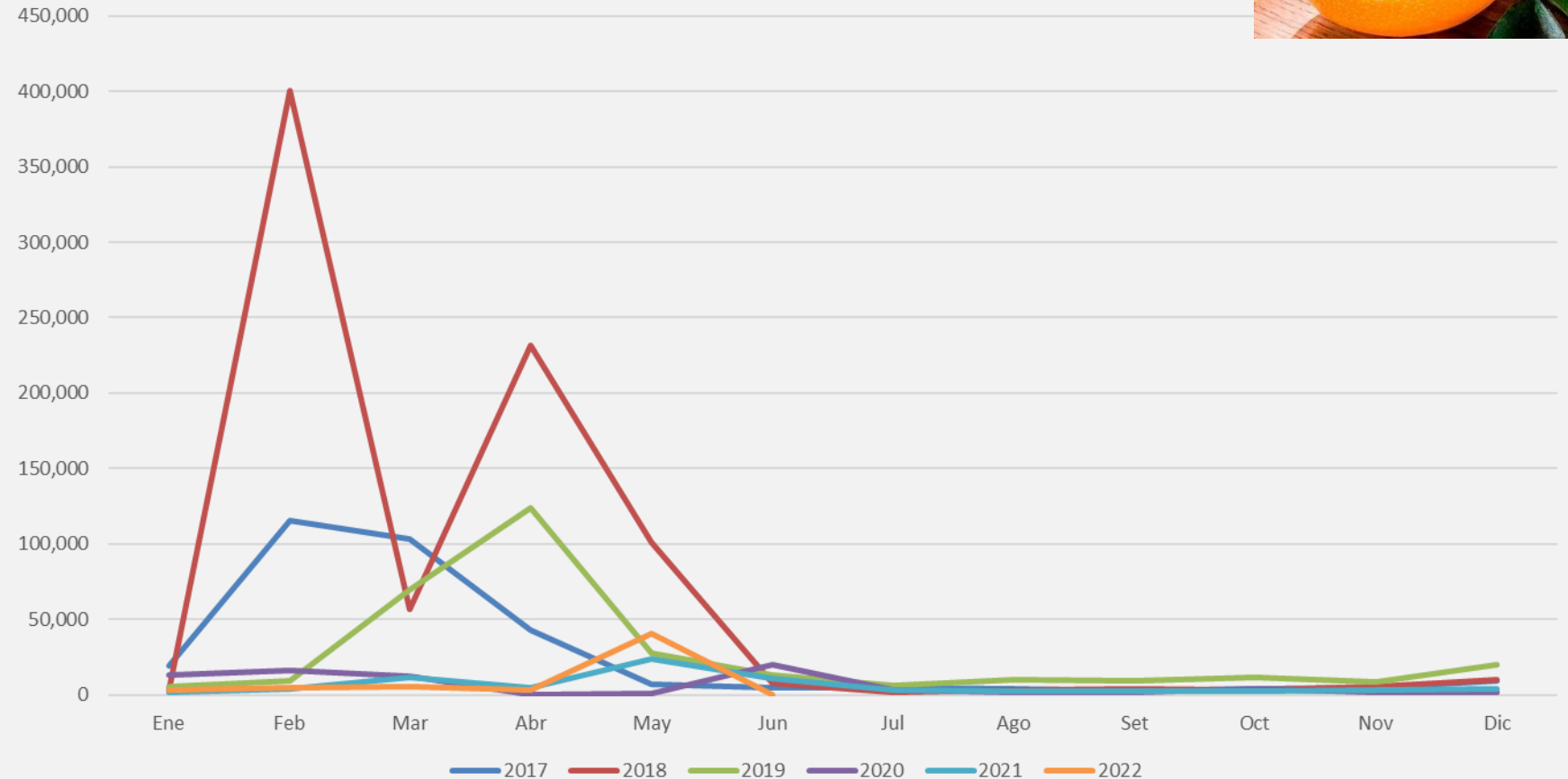
Fuente: Veritrade



Exportaciones mensuales de granadilla (volumen)



Se observa que la estacionalidad de las exportaciones de granadilla fresca corresponde al primer semestre del año con énfasis en febrero, marzo y abril.



Principales mercados



| MERCADO DESTINO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | VAR. % 21/20 | TASA% 5 AÑOS | PART. % |
|----------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-------------|
| ITALIA | 70,638 | 49,800 | 47,939 | 26,961 | 45,260 | 85,429 | 68% | -11% | 21% |
| ESPAÑA | 116,646 | 150,176 | 80,681 | 16,740 | 18,049 | 10,741 | 8% | -37% | 9% |
| ALEMANIA | 125 | 45,548 | 5,658 | 4,335 | 6,018 | 8,828 | 39% | 163% | 3% |
| FRANCIA | 11,546 | 15,454 | 26,396 | 11,031 | 7,042 | 2,590 | | -12% | 3% |
| ARUBA | 9,004 | 13,687 | 12,100 | 1,987 | 3,776 | 1,946 | 90% | -20% | 2% |
| CANADÁ | 51,526 | 367,262 | 115,913 | 50,091 | 1,400 | 984 | -97% | -59% | 1% |
| SUIZA | 477 | 566 | 812 | 4,574 | 3,354 | 744 | -27% | 63% | 2% |
| ESTADOS UNIDOS | 39,507 | 636,846 | 1,164,774 | 19,854 | 99,844 | 222 | 403% | 26% | 47% |
| PAÍSES BAJOS | 446,168 | 743,087 | 64,613 | 31,544 | 9,759 | 3 | -69% | -62% | 5% |
| OTROS | 477 | 566 | 812 | 4,574 | 3,354 | 1 | -27% | 63% | 2% |
| Total general | 834,501 | 2,470,937 | 1,608,173 | 207,764 | 212,316 | 111,488 | 111,488 | 111,488 | 100% |

Empresas exportadoras

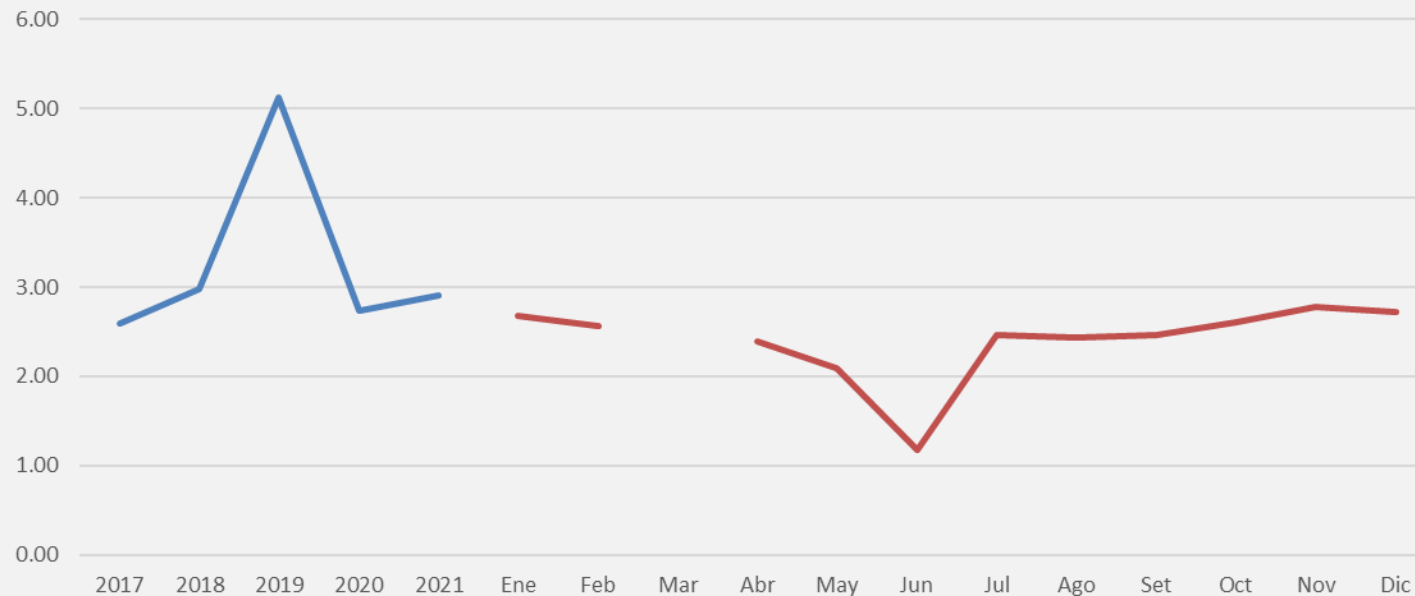


| MERCADO DESTINO | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | VAR. % 21/20 | PART. % |
|--|----------------|------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|
| AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C. | 248,400 | 43,200 | | | | 62,016 | | 29.2% |
| PRONATUR S.A.C | 2,189 | 7,016 | 2,026 | 5,585 | 5,422 | 9,228 | 70% | 4.3% |
| PRODCOMER S.A.C. | | | | | 11,368 | 6,776 | -40% | 3.2% |
| AGROMANIA SAC | 17,207 | 17,359 | 24,035 | 8,766 | 11,822 | 6,471 | -45% | 3.0% |
| NOVAL COMPANY S.A.C. | | | 24,674 | 13,693 | 16,688 | 4,143 | -75% | 2.0% |
| IMPORTEXPO LUANVA EMPRESA INDIVIDUAL DE | | | | | | 2,971 | | |
| INKA TASTY S.A.C. | | | 2,923 | 1,774 | 2,173 | 2,235 | 3% | |
| ORGANIC PERUVIAN FOODS S.A.C | | 1,670 | 5,956 | 1,069 | 6,600 | 2,190 | -67% | |
| INVERSIONES Y SERVICIOS GENERALES NORTERICO E.I.R.L. | | | | | | 2,172 | | |
| NUTRIFAM TRADING & MORE PERU E.I.R.L. | | 11,963 | 12,100 | 1,987 | 3,776 | 2,138 | -43% | 1.4% |
| EXPORTADORA & NEGOCIOS ALJO E.I.R.L. | | | | | | 2,124 | | 1.1% |
| INDUSTRIAS NOVAL S.A.C. | | | | | | 1,440 | | 1.0% |
| NITHO'S COMPANY S.A.C. | | | | | | 1,344 | | 1.0% |
| OTROS | 566,705 | 2,389,729 | 1,536,459 | 174,890 | 154,467 | 0 | -43% | 1.0% |
| Total general | 834,501 | 2,470,937 | 1,608,173 | 207,764 | 212,316 | 111,488 | 111,488 | 100% |

Precios promedio mensual



Precios promedio de granadilla precio FOB US\$ / Kg



Los precios han mostrado mucha variabilidad, subiendo a más de US\$ 5 / kg en el año 2019. En el 2021, los precios no superan los US\$ 3.



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



Siempre
con el pueblo

6. Tendencias

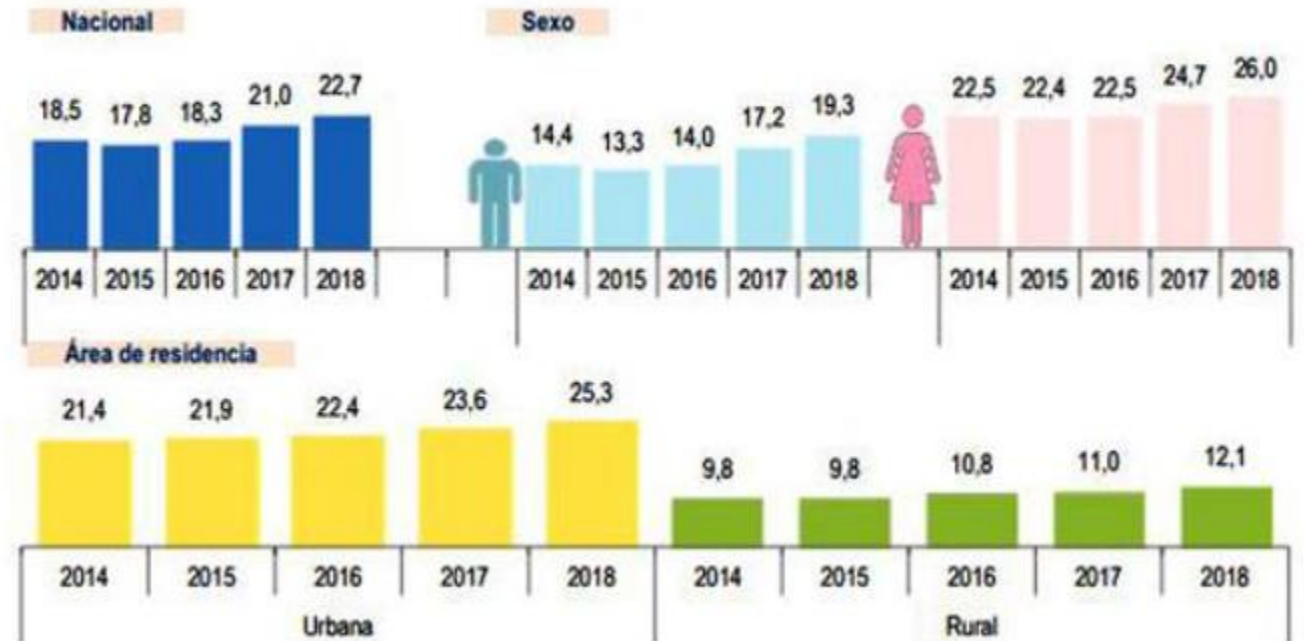
6.1. Consumo nacional

6.1. Tendencias

En un estudio elaborado por IPSOS (2019) se tiene que en Lima Metropolitana para situarlo como referente de todo el Perú, se tiene solo el 47% de la población con el peso adecuado; mientras que el 29% de la población tiene sobrepeso y otro preocupante 18% presenta obesidad.

Ante esta situación, las personas están preocupadas por su salud, y aunado a la pandemia y lo conscientes que se han vuelto las personas de la importancia de una vida saludable.

PERÚ: PERSONAS DE 15 Y MÁS AÑOS DE EDAD CON OBESIDAD, SEGÚN SEXO Y ÁREA DE RESIDENCIA, 2014-2018 (Porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Demográfica y de Salud Familiar.

6.1. Tendencias

1. Los encuestados están dispuestos a bajar de peso para mejorar su salud y están en búsqueda de productos que los ayuden con ello.
2. La tendencia de los consumidores hacia la comida saludable y natural ofrece una oportunidad para la granadilla.
3. El 58 y 61% de los NSE más altos están o estarían dispuestos a comer una fruta como snack, a lo largo de su día, por sobre otros productos alimenticios (IPSOS, 2019)



6.1. Tendencias



ECOFRUT

Granadilla Premium ECOFRUT Bandeja 5un

Precio Online

S/ 5.99



Granadilla Tipo Exportación 4un.

GENÉRICO | Código de producto: 167876

★★★★★ (0)

Online

S/6.60

En los supermercados se venden diversas presentaciones y calidades, existe la calidad de exportación, empacada con 4 unidades, a granel, y también aquellas que ofrecen pulpa congelada.

6.1. Tendencias



Granadilla Oxapampa x unidad

Precio Online

S/ 0.99

En los supermercados se venden diversas presentaciones y calidades, existe la calidad de exportación, empacada con 4 unidades, a granel, y también aquellas que ofrecen pulpa congelada.

ECOFRUT

Granadilla Premium ECOFRUT Bandeja 5un

Precio Online

S/ 5.99

Tarjeta **oh!**

S/ 4.79

-20%

6.1. Tendencias



Presentación de mercado on line, abastecedor de tiendas especializadas.

Pulpa de Granadilla congelada Bolsa x 1 kg

S/20.49

Presentación: Bolsas x 1 kg



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



Siempre
con el pueblo

6. Tendencias

6.2. Consumo internacional

6.2. Tendencias

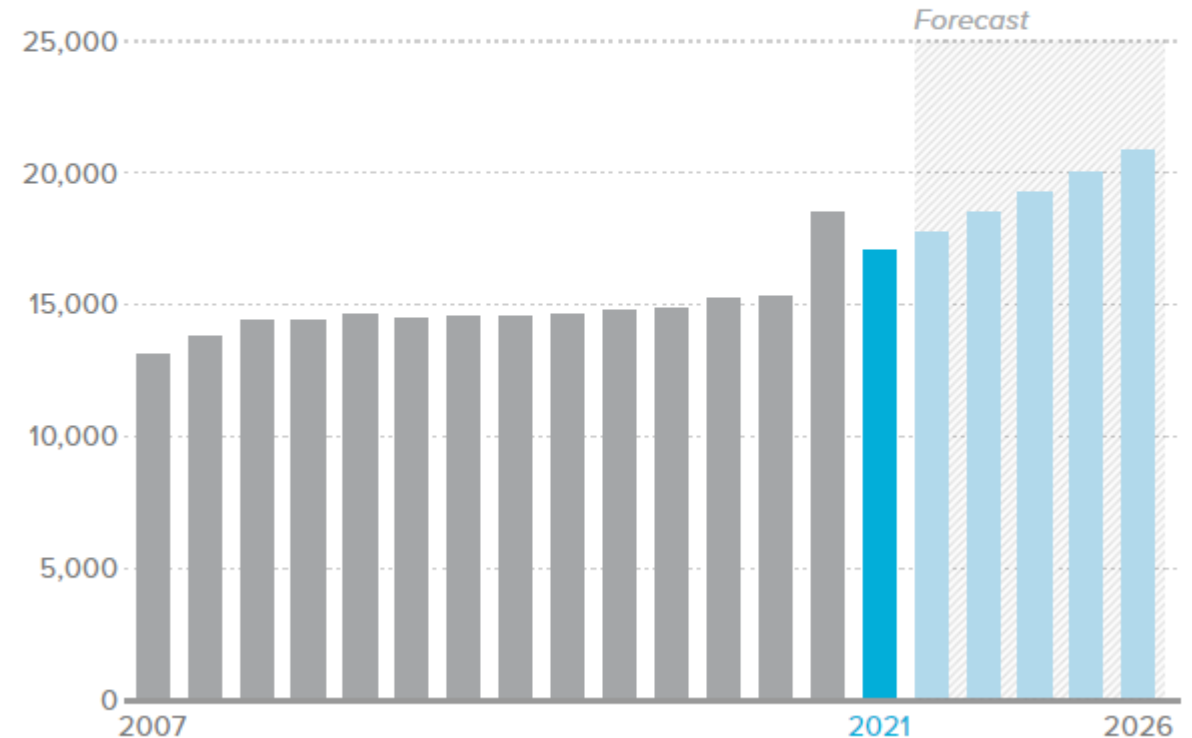
La granadilla no solo se consume fresca, sino que pueden elaborarse productos de las industrias alimentarias como los jugos, las pulpas, entre otras.

Se espera que hacia el 2026 se consuma más de US\$ 20 mil millones de fruta y verduras procesadas en el mundo.

Sales of Processed Fruit and Vegetables
Retail Value RSP - USD million - Current - 2007-2026



17,037

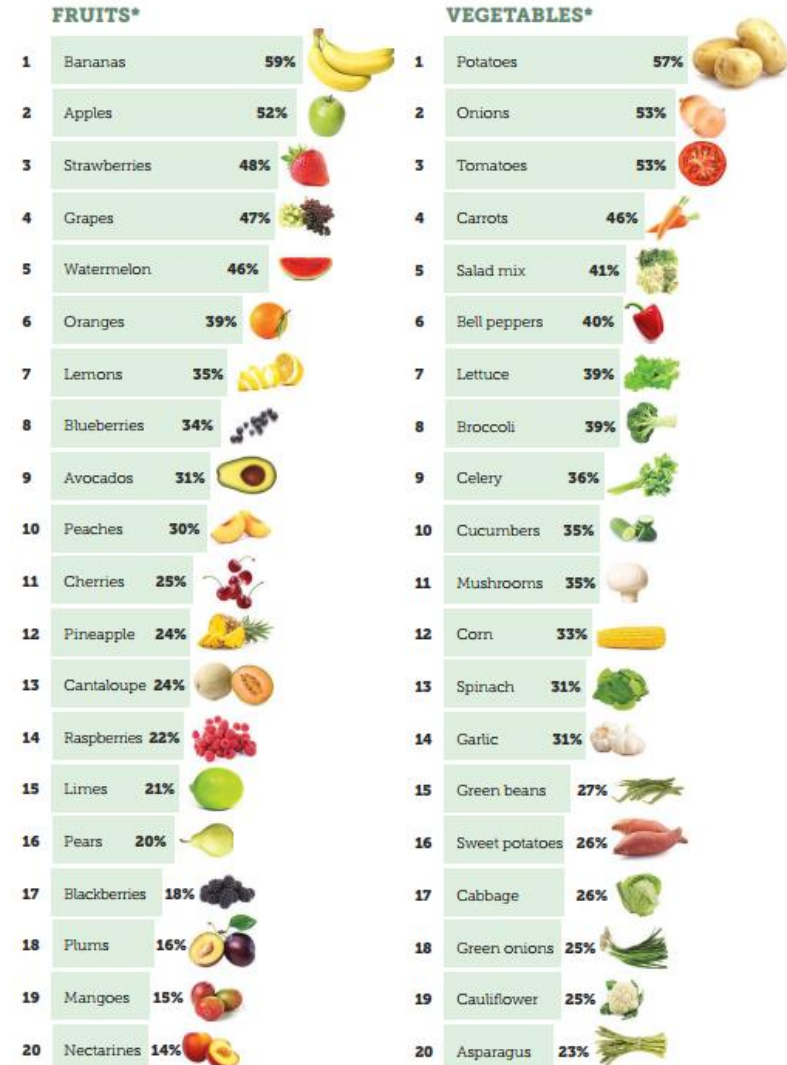


6.2. Tendencias

Las frutas que más se consumen son el banano, manzanas, fresa, uvas, sandía, naranjas, limones, arándanos y paltas.

La granadilla o en general, las passion fruit, no forman parte del ranking y son conocidos básicamente, por la migración o por viajes en los que las personas los consumieron. Resulta importante, promocionar el consumo de frutos exóticos para incrementar la demanda y la expansión del mercado .

—top 20 fruits & vegetables



*Percentage notes the portion of survey respondents who have bought this item in the past 12 months.



6.2 Tendencias USA

En las encuesta presentada en el estudio sobre Tendencias sobre Frescos o Fresh Trends (The Packer, 2021), señala que el 54% de los encuestados están comiendo más productos frescos que hace un año, y el 46% están comiendo más frutos y vegetales que hace cinco años.

Los encuestados señalan que dado el encierro del año previo, y el haberse aburrido cocinando y comiendo lo mismo, están en la continua búsqueda de productos novedosos y deliciosos, que no sean muy difíciles.

El 45% de los encuestados señalaban que sus hábitos han cambiado comparado al año previo, y que están consumiendo más en casa en general.





6.2 Tendencias USA

- Las compras digitales están a la orden del día. En el 2021 36% de los encuestados usan las compras en línea (1era vez fue en el 2020) (The Packer Fresh Trend 2021)

- Sobre la pregunta qué información quisiera Ud. que está listada en la etiqueta.

- La mitad de los consumidores(46%) señalan que necesitan saber de los químicos utilizados en la producción/crecimiento del alimento que compran.

- El 31% señalan que quieren saber si el producto que están comprando es orgánico. (Sustainability Insights 2022)



- La mayoría de los consumidores más de 3 / 4 señalan que compra la fruta fresca. La mayoría de compradores compran a un supermercado convencional mientras que otros a formatos especializados como Trader Joe's o WholeFoods.



6.2. Tendencias USA



Michelle N. ✓

29/6/2022

★★★★★

My love for granadilla began after visiting Peru on my honeymoon, but you can't find it in the US :(I was so excited when I found them for sale at Mi...

Item type:
Small Box - \$127

Miami Fruit replied:

They look so beautifully displayed! We are happy you enjoyed them!



Alicia E. ✓

20/6/2022

★★★★★

I grew up eating granadilla! I'm so glad I was able to order these. shipping was fast :)

Item type:
Small Box - \$127

Miami Fruit replied:

Amazing!!

Marydulce Q.

19/5/2022

★★★★★

Ratna P. ✓

2/7/2022

★★★★★

Granadilla reminds me of home. So excited that I could find it. I have ordered a couple of boxes this season. Terrific fruit and quick delivery. The fruit is a sweet version of passionfruit. Very pleased.

Item type:
Large Box - \$177

Francisco Q. ✓

20/6/2022

★★★★★

Thanks! Ripe and delicious the way I remembered from back home.

Item type:
Large Box - \$177

William A. ✓

20/6/2022

★★★★★

So good thank you

Item type:
Small Box - \$127

Efrain L. ✓

29/6/2022

★★★★★

Had a blast by sharing the fruit with family and friends

Item type:
Small Box - \$127

Miami Fruit replied:

Thanks for spreading the fruity love!

Stephanie R. ✓

27/6/2022

★★★★★

my partner's all time fave fruit. she did study abroad in ecuador as a kid and we can't get these anywhere else, they're a phenomenal treat. came pack...

Item type:
Small Box - \$127

Miami Fruit replied:

That's such an amazing story! Happy we could be a part of it!!

Raul G. ✓

9/5/2021

★★★★★

- La granadilla en EE.UU es difícil de encontrar y la conocen sólo algunas personas que han tenido contacto con la fruta.
- En la página MIAMI FRUIT la caja de 1 a 2 libras tiene un precio de 127 \$, con los costos de envío dentro de USA.
- Por ello, el tema de promoción de la fruta resulta muy importante para impulsar la demanda.
- El tema de acceso de la fruta a los diferentes mercados, en general, también debe ser tratado con premura.
- El fruto no está disponible en Amazon Fresh



6.2 Tendencias Europa

La granadilla, igual que la pitahaya o la guanábana son productos de nicho dentro del mercado de frutos exóticos. Esto significa un trabajo adicional para los importadores en el marco de promocionar o hacer degustar a los potenciales compradores el producto, recomendar por el sabor y los beneficios, además de cómo comerlos.

Por ello, las exportaciones constituyen aun volúmenes relativamente pequeños en comparación a los productos ya posicionados.



EL IPD (Import Promotion Desk Alemán) sugiere permitir a los importadores hacer consolidados de varios frutos exóticos para proporcionar una plataforma única en la que los compradores puedan adquirir varios frutos tropicales y organizarse con el tema logístico en el lugar de destino.

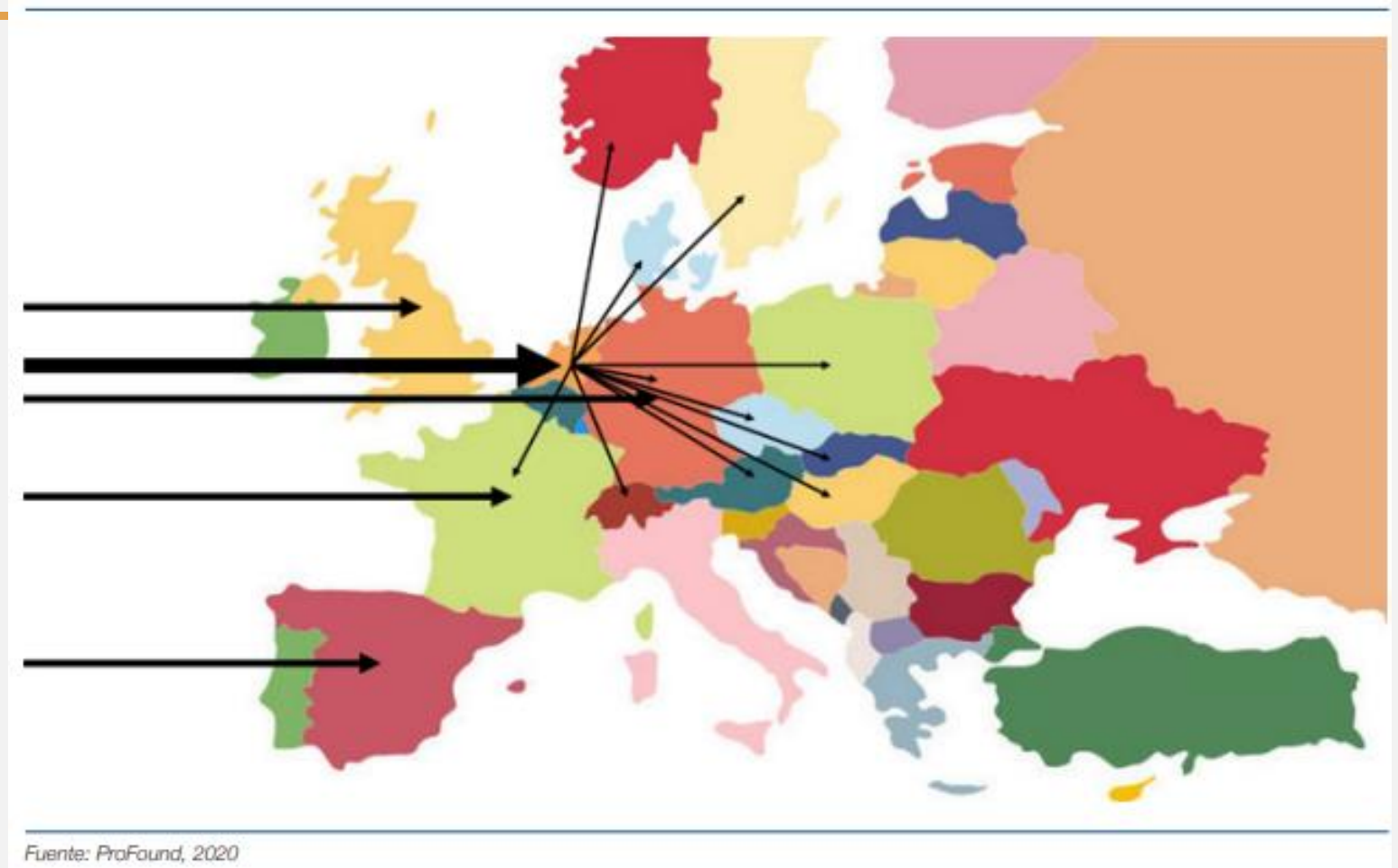


6.2 Tendencias Europa

Mapa de redistribución de frutos en Europa

La importancia de los Países Bajos como re-exportador de frutas al resto de Europa.

Bélgica también se ha posicionado como Hub de redistribución.





6.2 Tendencias Europa

- Los europeos que consumen frutos exóticos serán aquellos que tienen mayores ingresos (debido a que estos no son baratos) y la granadilla entra en esta categoría.
- Asimismo, como serán los de mayores ingresos son exigentes respecto de las calidades, las certificaciones, manejo sustentable, entre otros puntos válidos.
- La pandemia ha permitido que muchos exploren las compras *on – line*, y los supermercados tradicionales los atienden también a través de este medio.
- Los frutos exóticos se encuentran normalmente en tiendas especializadas y en puntos de venta *on line*.



7. Conclusiones

1. Existe un creciente interés por el consumo de frutas y vegetales que contribuyan a la salud tanto a nivel local como internacional, por lo que esta tendencia, ofrece una oportunidad para estos productos en la medida que se difundan sus propiedades tanto de sabor, olor, y propiedades nutritivas.
2. Los precios de la granadilla fueron más altos comparados a los precios actuales, lo que generó en su momento la extensión del área agrícola, con muy buena calidad de producto. Sin embargo, ante una caída en el precio se tienen muchos problemas en la viabilidad del producto, aun más ante un contexto de subida de combustibles, costos logísticos, etc.
3. El planeamiento de la producción y selección de cultivos con miras al mercado local o internacional es fundamental debido a los permisos requeridos por las autoridades sanitarias y las certificadoras.
4. El mercado local podría absorber mayor demanda de granadilla, ahora que retomaron las clases escolares, como parte de las loncheras de los niños o como un snack durante el día.

8. Recomendaciones



1. Se deben realizar el planeamiento de la producción y la selección de cultivos con miras al mercado local o internacional es fundamental, dados los permisos que se requieren, los estudios de suelos correspondientes,
2. En el mercado local, se requiere una promoción del Estado en medios masivos de difusión para incrementar la demanda en todos los canales. Se deben promocionar sus beneficios como origen, contenido de vitaminas, grasas naturales, sabor, diferentes usos, etc. Esto impulsaría la demanda en beneficio de los ingresos de los agricultores familiares.
3. De la misma manera, se deben formar alianzas con los compradores internacionales para hacer envíos continuos de granadilla sustentados en promociones en sus diversos canales de venta, principalmente el on-line, así como impulso BTL en supermercados o en eventos gastronómicos.



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



Siempre
con el pueblo

No se olviden de visitar:
repositorio.sierraexportadora.gob.pe





Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora



Siempre
con el pueblo

Gracias

UNIDAD DE INTELIGENCIA COMERCIAL