



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Estudio de mercado Granadilla en el mercado europeo

Contenido

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA	1
1.1 Descripción del producto	1
1.2 Subpartida arancelaria	1
2. INFORMACIÓN DE MERCADO: EUROPA	2
2.1 Datos de producción	2
2.2 Segmento de mercado	2
2.3 Tendencias de consumo	2
3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO	3
3.1 Diferentes usos del producto	3
3.2 Requisitos Generales (calidad)	3
3.3 Embalaje	5
3.4 Etiquetado	6
3.5 Certificaciones	7
4. COMERCIO EXTERIOR	8
4.1 Principales países importadores de granadilla y otras frutas tropicales	8
4.2 Países proveedores de granadilla y otras frutas tropicales en Europa	9
4.3 Análisis de Ecuador y sus competidores	10
4.4 Análisis logístico de Ecuador y sus competidores	13
5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	15
6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL	16
6.1 Promoción al consumidor	16
6.2 Ferias comerciales y eventos B2B – 2022	17
7. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	18
7.1 Barreras arancelarias	18
7.2 Barreras no arancelarias	18
8. PRECIOS	19
9. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	20
9.1 Conclusión	20
9.2 Recomendaciones	21

GRANADILLA EN EL MERCADO EUROPEO

1. PRODUCTO Y SUBPARTIDA ARANCELARIA

1.1 Descripción del producto



La granadilla (*Passiflora ligularis*) es una fruta exótica de sabor dulce, redonda de aproximadamente 8 cm de diámetro, de cáscara lisa y dura, lo cual es una ventaja para transportarla con facilidad. Es una especie nativa de América, cultivada principalmente en Colombia, Perú y Ecuador, siendo estos países los principales productores mundiales de esta fruta.

En América latina se la conoce como granadilla o granada china, aunque en Venezuela es conocida como parchita. Es considerada como la segunda pasiflora en importancia económica después del maracuyá, debido a su creciente presencia en los mercados internacionales por su sabor y sus propiedades nutricionales, debido a que posee antioxidantes y es una buena fuente de vitaminas y minerales.

1.2 Subpartida arancelaria

La subpartida identificada en el Arancel Integrado en las Comunidades Europeas para la granadilla fresca es la siguiente:

SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
0810.90.20 ¹	Tamarindos frescos, marañón, litchis, jaca, sapotillos, frutas de la pasión, carambola y pitahaya

¹ La agencia europea de estadística, Eurostat, utiliza el código arancelario 0810.90.20 para el registro de las importaciones de granadilla y otras frutas tropicales frescas.

2. INFORMACIÓN DE MERCADO: EUROPA

2.1 *Datos de producción*

Europa no es un país productor de granadillas, principalmente por su clima. Actualmente la granadilla que se consume es importada de países tropicales como Colombia, Perú y Ecuador.

2.2 *Segmento de mercado*

El comercio de frutas exóticas como la granadilla en el mercado europeo, consta de 2 segmentos:

- **Retail:** Este segmento minorista representa la mayor parte del mercado europeo de frutas tropicales/exóticas. Está subdividido en:
 - Supermercados
 - Tiendas especializadas
- **Servicio de comida/catering,** subdividido principalmente por:
 - Restaurantes
 - Hoteles

Para mayor detalle, revisar el punto 5) Canales de distribución y comercialización.

2.3 *Tendencias de consumo*

- En Europa, muchas frutas exóticas como la granadilla siguen siendo productos exclusivos de nicho ya que muchos consumidores no están familiarizados con estas frutas.
- El comercio en Europa de muchas frutas exóticas consiste actualmente en cantidades relativamente pequeñas en comparación con el comercio de otras frutas como el mango, la piña y el aguacate. Mientras que los importadores de estas últimas frutas compran principalmente cargas de contenedores, los importadores de muchas frutas exóticas compran sobre todo uno o varios pallets por pedido solamente. En muchos casos, estos pallets contienen diferentes tipos de frutas tropicales/exóticas.
- La demanda de frutas alcanza su punto máximo en torno a la Navidad y la Pascua cuando los consumidores europeos buscan productos de primera

calidad para preparar comidas lujosas en celebración de estas fiestas. En algunos de los mercados de Europa, ésta es la única época del año en que los mayoristas importan frutas exóticas directamente de los países de origen.

- América del Sur también tiene un buen potencial para distinguirse de la competencia por sus sólidas políticas que garantizan la responsabilidad social de las empresas. Sin embargo, muchos compradores europeos también exigen auditorías o certificados de terceros, como la Iniciativa de Cumplimiento Social de las Empresas y la Iniciativa de Comercio Ético.
- Los precios de las frutas exóticas son volátiles y cambian diariamente. Dependen sobre todo de la disponibilidad de la oferta, que a su vez depende de las condiciones meteorológicas y puede cambiar.
- Los consumidores están presionando a los proveedores para que utilicen menos envases y, en particular, menos plástico. Muchos (re) envasadores de frutas tanto tropicales como exóticas están cambiando a soluciones de embalaje basadas en el papel, cartón reciclable.

3. INFORMACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Diferentes usos del producto

La granadilla se consume regularmente fresca, simplemente se rompe la cáscara con los dedos y se ingiere la pulpa con las semillas que posee en su interior, las mismas que brindan un alto contenido de fibra, potasio, calcio, hierro y fósforo.

3.2 Requisitos Generales (calidad)

En el Codex Alimentarius de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), se incluyen las [normas de comercialización específicas para frutas de la pasión.](#)

Esta Norma se aplica a las variedades comerciales de frutas de la pasión, como la granadilla dulce (*Passiflora ligularis* Juss), entre otras.

3.2.1 Requisitos mínimos de calidad

Sujeto a las tolerancias permitidas, las frutas de la pasión deben ser:

- Intacta,
- Fresca en apariencia (brillante y de color naranja con puntos blancos),
- Sano (producto afectado por podredumbre o deterioro tal que lo haga impropio para el consumo es excluido),
- Limpia, prácticamente libre de cualquier materia extraña posible.
- Prácticamente libre de plagas y daños causados por ellas que afecten la apariencia general del producto.
- Libre de humedad externa anormal, excluyendo la condensación después de sacarlo del almacenamiento en frío,
- Libre de cualquier olor y/o sabor extraño,
- Libre de grietas.

El desarrollo y condición de las frutas de la pasión debe ser tal que les permita:

- resistir el transporte y la manipulación; y
- llegar en condiciones satisfactorias al lugar de destino.

3.2.2 Requisitos mínimos de madurez

El producto debe estar lo suficientemente desarrollado y/o tener una etapa de madurez para el destino previsto.

La granadilla y demás variedades de frutas de la pasión deberán haber alcanzado un grado adecuado de desarrollo y madurez de acuerdo con los criterios propios de la variedad y de la zona en que se cultivan.

3.2.3 Tolerancias

Se permitirán tolerancias con respecto a la calidad y el tamaño en cada paquete para los productos que no satisfagan los requisitos de la clase indicada.

3.2.3.1 Tolerancias de calidad

"Clase extra"

El 5%, en número o en peso, de frutas de la pasión que no satisfagan los requisitos de la clase, pero cumplan los de Clase I o, excepcionalmente, dentro de las tolerancias de esa clase.

Clase I

El 10%, en número o en peso, de frutas de la pasión que no satisfagan los requisitos de la clase, pero cumplan los de la Clase II o, excepcionalmente, dentro de las tolerancias de esa clase.

Clase II

El 10%, en número o en peso, de frutas de la pasión que no satisfacen los requisitos de la categoría ni los requisitos mínimos, con excepción de los productos afectados por descomposición o cualquier otro deterioro que la haga no apta para el consumo.

3.2.3.2 Tolerancias de tamaño

Para todas las clases o formas de presentación, el 10% en número o en peso de frutas de la pasión correspondiente al calibre inmediatamente por encima y/o por debajo de lo indicado en el envase.

3.3 Embalaje

Los aspectos importantes durante el transporte son la protección contra los daños mecánicos y la podredumbre:

- La calidad debe ser garantizada utilizando control climático durante el transporte.
- Cuando se transportan frutas por aire, el pre-enfriamiento debe ser similar a la temperatura dentro del avión, que a menudo está entre +8.0° y +10.0° C. Si la temperatura de pre-enfriamiento es demasiado baja, puede producirse condensación en la fruta, lo que resulta en el desarrollo de moho.
- El producto debe envasarse de tal manera que quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del empaque deben ser nuevos², limpios y de una calidad tal que no cause ningún daño externo o interno al producto.
- Los materiales de embalaje deben ser reciclables o biodegradables para fines de sostenibilidad.^{3 4}

² Esto incluye material reciclado de calidad.

³ En diciembre de 2019 se aprobó en Europa el Pacto Verde (*Green New Deal*) el mismo que ha establecido como meta el año 2050, en el cual se prevé que Europa se convierta en el primer continente sostenible y carbón neutro en el mundo.

⁴ Países Bajos es uno de los países europeos líder en cambios hacia la sostenibilidad y una economía circular, en el 2019 firmó el Plastic Pact NL (Pacto del Plástico), iniciativa liderada por la organización [Meer Met Minder Plastic](#) (Más con menos plástico).

- El pallet o contenedor para el transporte debe cargarse de manera eficiente, lo que implica que sus cajas apiladas coincidan con los tamaños de los pallets de *carga aérea y de la UE*. Las cajas para transportar la granadilla fresca generalmente contienen de 2 a 3 kg.



Foto: La Bonita



Foto: La Bonita

3.4 *Etiquetado*

Todas las frutas frescas sujetas a las normas de comercialización de la Unión Europea deben etiquetarse con:

- Información sobre el productor/empaquetador/expedidor
 - Nombre y dirección física (por ejemplo, calle/ciudad/región/código postal y, si es diferente del país de origen, el país).
- Naturaleza del producto
 - Nombre del producto, si el contenido no es visible desde el exterior. (El nombre del producto podrá sustituirse por una fotografía o un dibujo del producto).
 - Variedad
- País de origen del producto
- Especificaciones comerciales
 - Clase,
 - Tamaño, o para frutas envasadas en filas y capas, número de unidades
 - Peso Neto (opcional)
- Marca de control oficial (opcional)

3.5 Certificaciones

En el mercado europeo, tanto los consumidores como la mayoría de grandes cadenas de distribución exigen a sus proveedores el cumplimiento de la certificación GLOBALG.A.P.⁵ como garantía de la aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas y SMETA las empresas evaluar sus sitios y proveedores para comprender las condiciones de trabajo en su cadena de suministro.

En cuanto a la certificación GRASP es un módulo adicional para que los productores certificados por GLOBAL G.A.P. evalúen las prácticas sociales en la finca, abordando aspectos específicos de la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores.

Dado que las frutas exóticas/tropicales como la granadilla son productos de nicho, los minoristas son menos estrictos en cuanto a la participación de proveedores de este tipo de frutas que los proveedores de frutas convencionales. Sin embargo, para algunos minoristas, GRASP es insuficiente para cumplir sus expectativas en materia de responsabilidad social.

Nichos de mercado

Fair Trade

En el mercado de frutas exóticas/tropicales, la certificación Fairtrade es poco frecuente. No obstante, muchos consumidores europeos con altos ingresos y con unos altos niveles de educación se dan cuenta que las frutas exóticas/tropicales provienen de países en desarrollo donde los niveles de vida son bajos. Este grupo de consumidores en particular constituye un nicho para los productos que están certificados como Fairtrade y, en menor medida, Fair for Life.

⁵ En el sitio web de GLOBAL GAP, se puede acceder a una [base de datos con los Organismos de Certificación aprobados por el GLOBALG.A.P.](#)

Orgánicos

Actualmente hay poca oferta de frutas exóticas/tropicales orgánicas, por lo tanto, los proveedores con un certificado orgánico no se enfrentan a mucha competencia en este nicho de mercado.

Para que las frutas frescas se comercialicen con certificación orgánica en la Unión Europea, deben contar con el [logo orgánico](#), el cual tienen que cumplir con las regulaciones de la UE; junto con otra información en la etiqueta (p. ej., número del organismo de certificación).

4. COMERCIO EXTERIOR

4.1 Principales países importadores de granadilla y otras frutas tropicales

Los principales importadores de granadilla y otras frutas comestibles de la subpartida 081090 durante el 2020 fueron: Países Bajos con el 22.38%, seguido de Alemania con el 13.14%, Rusia el 13.10%, Francia 8.70%, Italia 5.62%, Bélgica 5.61%, y Reino Unido con el 5.34%.

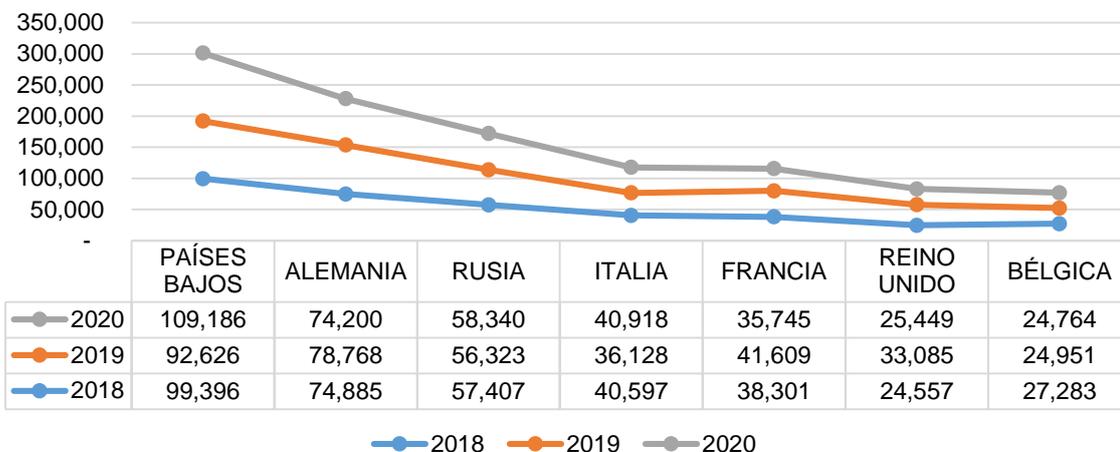
Estos 7 países concentraron casi el 70% de participación del total del volumen de importaciones desde Europa por granadilla y demás frutas tropicales/exóticas.

PRINCIPALES IMPORTADORES (SUBPARTIDA: 081090)					
USD					
PAÍSES	2018	2019	2020	PART. 2020	TCPA 2018-2019
PAÍSES BAJOS	247,867	238,083	243,896	22.38%	-0.80%
ALEMANIA	147,499	135,036	145,321	13.34%	-0.74%
RUSIA	115,935	125,187	142,694	13.10%	10.94%
FRANCIA	96,943	100,207	94,815	8.70%	-1.10%
ITALIA	68,506	57,245	61,282	5.62%	-5.42%
BÉLGICA	72,941	66,022	61,084	5.61%	-8.49%
REINO UNIDO	63,162	66,136	58,215	5.34%	-4.00%
LOS DEMÁS PAÍSES	385,696	397,564	401,564	36.86%	2.04%
TOTAL GENERAL	1,062,446	1,053,322	1,089,572	100.00%	1.27%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, TradeMap

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

PRINCIPALES IMPORTADORES SUBPARTIDA 081090
MILES KG



Fuente: Centro de Comercio Internacional, TradeMap

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Dimensionamiento de mercado: Durante el 2020, el mercado europeo compró aproximadamente 368,602 mil kilos de frutas exóticas; entre ellas la granadilla lo que equivale a USD 1,089,572 millones USD.

4.2 Países proveedores de granadilla y otras frutas tropicales en Europa

Los principales proveedores de granadilla al mercado europeo durante el 2021 fueron 3 países de sudamérica: Colombia con una participación del 58.80%, seguido de Perú con el 30.38%, y Ecuador 10.82%.

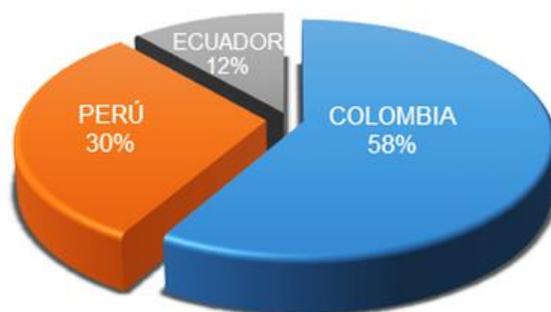
PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE GRANADILLA EN EUROPA						
KG						
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	PRECIO FOB USD/KG	TCPA 2019-2021
COLOMBIA	643,814	607,488	775,431	58.80%	5.52	9.75%
PERÚ*	184,983	132,266	400,640	30.38%	4.96	47.17%
ECUADOR	103,027	419,890	142,672	10.82%	5.06	17.68%
TOTAL GENERAL	931,824	1,159,643	1,318,743	100.00%	5.30	18.96%

Fuente: Veritrade, Banco Central del Ecuador – BCE

*Los datos de Perú corresponden a granadilla, maracuyá y demás frutas de la pasión, no registran una subpartida específica como Colombia y Ecuador.

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

**% de participación de proveedores de
granadilla en Europa**



Fuente: Legiscomex, Veritrade, BCE

4.3 Análisis de Ecuador y sus competidores

ECUADOR

Durante el 2021 se registraron envíos de granadilla ecuatoriana a 7 países de Europa. Los que concentraron el 91.37% del total de exportaciones fueron 4 países: España con el 42.53% de participación, seguido de Países Bajos 22.44%, Francia 21.20% e Italia 5.20%.

Las exportaciones de granadilla ecuatoriana a Europa, **crecieron** en un 17.68%, durante el 2019 al 2021 pasando de 103 mil kilos a 143 mil kilos.

PRINCIPALES DESTINOS DE GRANADILLA ECUATORIANA A EUROPA KG						
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	PRECIO FOB USD/KG	TCPA 2019-2021
ESPAÑA	3,133	12,227	60,675	42.53%	3.58	340.09%
PAÍSES BAJOS	25,756	325,236	32,023	22.44%	6.22	11.50%
FRANCIA	52,246	67,448	30,246	21.20%	5.50	-23.91%
ITALIA	18,087	9,937	7,419	5.20%	4.09	-35.96%
RUSIA	920	3,186	6,492	4.55%	6.28	165.64%
SUIZA	938	1,582	3,191	2.24%	1.96	100.00%
LOS DEMÁS PAÍSES	1,948	274	2,627	1.84%	2.01	16.14%
TOTAL GENERAL	103,027	419,890	142,672	100.00%	6.14	17.68%

Fuente: Banco Central del Ecuador, <https://www.bce.fin.ec/>

Subpartida utilizada: 081090.10.10 Granadilla (*Passiflora Ligularis*)

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



COLOMBIA

Durante el 2021 se registraron envíos de granadilla colombiana a 15 países de Europa. Los que concentraron el 80.98% del total de exportaciones fueron 5 países: Países Bajos con el 36.99% de participación, Francia 15.77%, España 14.67%, Suiza 7.55%, e Italia 6.00%.

Las exportaciones de granadilla colombiana a Europa, **crecieron** en un 9.75%, durante el 2019 al 2021 pasando de 644 mil kilos a 775 mil kilos.

PRINCIPALES DESTINOS DE GRANADILLA COLOMBIANA A EUROPA						
KG						
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	PRECIO FOB USD/KG	TCPA 2019-2021
PAÍSES BAJOS	277,110	219,510	286,833	36.99%	5.18	1.74%
FRANCIA	136,060	107,755	122,312	15.77%	5.95	-5.19%
ESPAÑA	75,713	95,784	113,748	14.67%	5.41	22.57%
SUIZA	38,219	55,343	58,522	7.55%	4.32	23.74%
ITALIA	13,757	19,978	46,544	6.00%	6.51	83.94%
RUSIA	19,285	23,271	45,103	5.82%	7.33	52.93%
BÉLGICA	31,064	34,960	44,085	5.69%	4.89	19.13%
REINO UNIDO	17,630	24,275	28,152	3.63%	6.07	26.37%
ALEMANIA	15,500	13,427	14,896	1.92%	5.94	-1.97%
LOS DEMÁS PAÍSES	19,477	13,185	15,235	1.96%	6.04	-11.56%
TOTAL GENERAL	643,814	607,488	775,431	100.00%	5.52	9.75%

Fuente: Legiscomex, <https://www.legiscomex.com/>

Subpartida utilizada: 081090.10.10 Granadilla (*Passiflora Ligularis*)

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Lista de los 10 principales importadores de granadilla colombiana en Europa en el 2021.

PRINCIPALES IMPORTADORES DE GRANADILLA COLOMBIANA EN EUROPA		
IMPORTADORES 2021	PAIS DESTINO	US\$ / KG
TFC HOLLAND BV	PAISES BAJOS	5.06
CAPEXO S.A	FRANCIA	6.41
CULTIVAR S.A.U.	ESPAÑA	5.44
NATURES PRIDE B.V.	PAISES BAJOS	5.78
STARFRUIT COMPANY NV	BÉLGICA	5.12
ALMA SRL	ITALIA	5.87
ROVEG FRUIT BV	PAISES BAJOS	5.01
LUZ MERY MELO MEJIA	ESPAÑA	6.77
GIOVANELLI FRUCHTIMPORT AG	SUIZA	4.40
OOO GORODSKOY SUPERMARKET	RUSIA	7.01
FRESH DELIGHT UK LTD	REINO UNIDO	6.04

Fuente: Veritrade, <https://www.veritrade.com/>

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



PERÚ

Durante el 2021 se registraron envíos de granadilla peruana a 8 países de Europa. Los que concentraron el 96.34% del total de exportaciones fueron 3 países: Países Bajos con el 65.69% de participación, seguido de Italia 14.98% y Francia 11.78%.

Las exportaciones de granadilla peruana a Europa, **crecieron** en un 47.17%, durante el 2019 al 2021 pasando de 185 mil kilos a 401 mil kilos.

PRINCIPALES DESTINOS DE GRANADILLA PERUANA A EUROPA KG						
PAÍSES	2019	2020	2021	PART. 2021	PRECIO FOB USD/KG	TCPA 2019-2021
PAÍSES BAJOS	39,693	12,388	263,171	65.69%	6.06	157.49%
ITALIA	51,050	34,601	60,000	14.98%	2.05	8.41%
FRANCIA	15,494	45,143	47,202	11.78%	4.22	74.54%
ESPAÑA	57,664	11,981	16,252	4.06%	2.21	-46.91%
ALEMANIA	1,804	1,265	5,258	1.31%	2.63	70.71%
BÉLGICA	70	-	3,168	0.79%	3.36	100.00%
SUIZA	842	3,564	2,838	0.71%	2.44	83.59%
LOS DEMÁS PAÍSES	18,366	23,323	2,751	0.69%	2.01	-61.29%
TOTAL GENERAL	184,983	132,266	400,640	100.00%	4.96	47.17%

Fuente: Veritrade, <https://www.veritradecorp.com/>

Subpartida utilizada: 081090.10.00 Granadilla, ""Maracuyá"" (parchita) y demás frutas de la pasión (passiflora spp.) frescos

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Lista de los 10 principales importadores de granadilla peruana en Europa en el 2021

PRINCIPALES IMPORTADORES DE GRANADILLA PERUANA EN EUROPA		
IMPORTADORES 2021	PAIS DESTINO	US\$ / KG
CAPEXO SAS	FRANCIA	4.582
OLLA DE BARRO FOOD SRL	ITALIA	1.747
INCASOL LATINO DI ARREDONDO HUAMAN JUAN CARLOS	ITALIA	2.697
NUOVAFRUTTA SRL	ITALIA	2.519
NUOVAFRUTA SRL	ITALIA	2.546
INTI HARVEST	PAISES BAJOS	2.265
OGL FOOD TRADE LEBENSMITTELVERTRIEB GMBH	ALEMANIA	2.075
ORKOS SAS	FRANCIA	2.907
PRIMAFRUIT LTD	REINO UNIDO	2.009
LA STRANIERA SRL	ITALIA	2.083

Fuente: Veritrade, <https://www.veritradecorp.com/>

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



4.4 *Análisis logístico de Ecuador y sus competidores*

El comercio de frutas exóticas en Europa es un nicho exclusivo de mercado, en el cual se comercializa en pequeñas cantidades, por lo tanto, las importaciones se realizan vía aérea.

Las conexiones aéreas son otro factor importante que explica los actuales flujos comerciales de frutas exóticas. Ámsterdam en los Países Bajos, Londres en el Reino Unido, Fráncfurt en Alemania, París en Francia y Madrid en España tienen algunos de los aeropuertos mejor conectados con vuelos frecuentes a Colombia, Perú y Ecuador. Los vuelos a muchos otros países europeos requieren traslados en estos aeropuertos principales, lo que aumenta los costos y el tiempo de transporte aéreo.

ECUADOR

El 100% de las exportaciones ecuatorianas de granadilla fresca al mundo se realizan vía aérea. El tráfico aéreo se concentra en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, ubicado en la ciudad de Quito. Es considerado como el principal aeropuerto del Ecuador y puerta de entrada al país.

Las principales aerolíneas utilizadas por las empresas ecuatorianas para transportar granadilla al mercado europeo son: Emirates, Atlas Air, Iberia, Air Canada.

Tiempo de tránsito

ORIGEN	DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO
ECUADOR-QUITO	PAÍSES BAJOS - AMSTERDAM	11 horas
ECUADOR-QUITO	FRANCIA - PARÍS	11 horas
ECUADOR-QUITO	ITALIA - MILÁN	11 horas
ECUADOR-QUITO	ESPAÑA - MADRID	10 horas
ECUADOR-QUITO	ALEMANIA - FRANKFURT	11 horas

Fuente: Searates, <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

** Todos los vuelos parten del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre- Quito

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

COLOMBIA

El 98% de las exportaciones colombianas de granadilla fresca al mundo se realizan vía área. El tráfico aéreo se concentra en el Aeropuerto de El Dorado ubicado en la ciudad de Bogotá. Es considerado como el principal aeropuerto de Colombia.

Las principales aerolíneas utilizadas por las empresas colombianas para transportar granadilla al mercado europeo son: Air Canada, Avianca cargo, LATAM cargo, Turkish Airlines.

Tiempo de tránsito

ORIGEN	DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO
COLOMBIA-BOGOTÁ	PAÍSES BAJOS - AMSTERDAM	11 horas
COLOMBIA-BOGOTÁ	FRANCIA - PARÍS	11 horas
COLOMBIA-BOGOTÁ	ITALIA - MILÁN	11 horas
COLOMBIA-BOGOTÁ	ESPAÑA - MADRID	10 horas
COLOMBIA-BOGOTÁ	ALEMANIA - FRANKFURT	11 horas

Fuente: Searates, <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

** Todos los vuelos parten del Aeropuerto de El Dorado – Bogotá

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

PERÚ

El 98% de las exportaciones peruanas de granadilla fresca al mundo se realizan vía área. El tráfico aéreo se concentra en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, ubicado entre Lima y Callao. Es considerado como el principal aeropuerto del Perú y la puerta de entrada al país.

Las principales aerolíneas utilizadas por las empresas peruanas para transportar granadilla al mercado europeo son: KLM, Air Canada, Avianca cargo, LATAM cargo.

Tiempo de tránsito

ORIGEN	DESTINO	TIEMPO TRÁNSITO
ECUADOR-QUITO	PAÍSES BAJOS - AMSTERDAM	11 horas
ECUADOR-QUITO	FRANCIA - PARÍS	11 horas
ECUADOR-QUITO	ITALIA - MILÁN	11 horas
ECUADOR-QUITO	ESPAÑA - MADRID	10 horas
ECUADOR-QUITO	ALEMANIA - FRANKFURT	11 horas

Fuente: Searates, <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

** Todos los vuelos parten del Aeropuerto Jorge Chávez - Lima

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

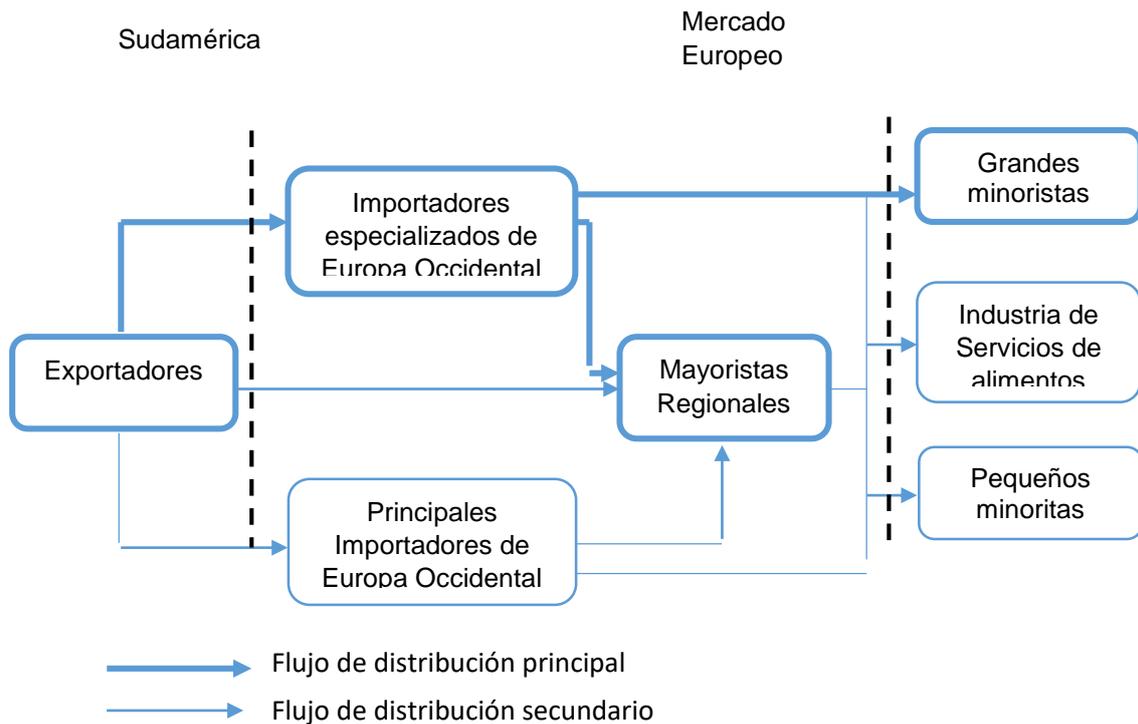
Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Todos los tipos de minoristas y proveedores de servicios de alimentación, incluidas las grandes cadenas de venta al por menor, se abastecen de frutas exóticas de importadores europeos.



Fuente: Import Promotion Desk, IPD

Importadores especializados de Europa Occidental

Actualmente, la mayoría de las frutas exóticas como la granadilla ingresan en el mercado europeo a través de importadores especializados del noroeste de Europa, particularmente en los Países Bajos.

Además de distribuir una gran parte de las frutas tropicales/exóticas a los grandes minoristas de toda Europa, también suministran a otros mayoristas de toda Europa. Estos mayoristas luego distribuyen las frutas tropicales/exóticas a los proveedores de servicios de alimentos (por ejemplo, restaurantes y hoteles) y a los pequeños minoristas.

<https://www.rewe.de/lexikon/granadilla/>

Principales importadores de Europa Occidental

La mayoría de los principales importadores de Europa Occidental sólo están interesados en la importación de cargas de contenedores, mientras que los bajos volúmenes y el carácter altamente perecedero de las frutas frescas tropicales exclusivas exigen el transporte aéreo.

Mayoristas Regionales

Los mayoristas regionales distribuyen frutas tropicales/exóticas a pequeños minoristas y proveedores de servicios de alimentos. Estos importan sólo durante las temporadas de Navidad y Pascua, pero cuando la demanda de estas frutas es elevada, pueden comprar mayores cantidades directamente de los países de origen.

Mercado minorista

El segmento minorista representa la mayor parte del mercado europeo. En el Norte de Europa, incluyendo el Reino Unido, los países escandinavos, los Países Bajos y Bélgica, los grandes minoristas, como los supermercados, dominan el mercado minorista de alimentos. En Europa del Sur y oriental, incluyendo España e Italia, los minoristas más pequeños siguen representando una gran parte de las ventas al por menor de alimentos.

Hay dos tipos de pequeños minoristas de frutas tropicales/exóticas: tiendas de delicatessen y las tiendas étnicas.

El segmento de servicios de alimentos para frutas tropicales/exóticas consiste principalmente en restaurantes y empresas de catering. Para los chefs de restaurantes y empresas de catering, estas frutas ofrecen oportunidades únicas para preparar platos exclusivos con sabores emocionantes.

6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

6.1 Promoción al consumidor

- Brindar información a los consumidores sobre el sabor, beneficios para la salud; cómo preparar y comer la granadilla; a través de programas culinarios, plataformas de vídeo en línea como YouTube, blogs, revistas de alimentación como [Food Blog Awards](#) en los Países Bajos, sitios web y de esta manera llegar a un gran número de consumidores.

- Artículos noticieros o anuncios en revistas y sitios web de noticias también ofrecen oportunidades para llamar la atención de compradores de frutas tropicales exclusivas. Revistas como Eurofruit y nuevos sitios web como FreshPlaza buscan a menudo nuevos contenidos y aprecian fotos adheridas a los artículos. Un anuncio en una revista o en un sitio web suele costar alrededor de 500 euros al mes.
- Escanear un código QR en la etiqueta puede enviar a los consumidores a un sitio web con más información sobre el producto. Esto permite contar historias, lo cual es relevante para un grupo pequeño pero creciente de consumidores interesados en el trasfondo de los productos que consumen.

6.2 Ferias comerciales y eventos B2B – 2022

Las ferias comerciales y otros eventos B2B ofrecen grandes oportunidades para promover los productos a los importadores y mayoristas europeos. Los siguientes eventos son los más relevantes para la promoción de frutas no tradicionales ecuatorianas en Europa:

NOMBRE DEL EVENTO Y FERIA COMERCIAL	FECHA	LUGAR
LONDON PRODUCE SHOW	21 al 23 marzo	REINO UNIDO LONDRES
FRUIT LOGISTICA 2022	5 al 7 de abril	ALEMANIA HAMBURGO
BIOFACH	26 al 29 de Julio	ALEMANIA HAMBURGO
MISIÓN COMERCIAL EN EL MARCO BIOFACH	26 al 29 de Julio	ALEMANIA HAMBURGO
FRUIT ATTRACTION	4 al 6 de octubre	ESPAÑA MADRID

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Otros eventos de promoción comercial del sector de Frutas No Tradicionales que realiza el MPCEIP en Europa:

- Agendas personalizadas presenciales y/o virtuales
- Misiones comerciales
- Oportunidades comerciales

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira
Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



- Misiones Inversas
- Campañas de degustación de frutas exóticas

7. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

7.1 Barreras arancelarias

La granadilla ecuatoriana ingresa con 0% arancel a la UE y el EFTA, en igualdad de condiciones que sus principales competidores.

PAÍSES	ARANCEL	ACUERDO COMERCIAL	
		UE	EFTA
COLOMBIA	0%	SI	SI
PERÚ	0%	SI	SI
ECUADOR	0%	SI	SI

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

7.2 Barreras no arancelarias

Regulaciones para el control de residuos de plaguicidas en la UE

Las importaciones de productos de origen vegetal como las frutas deben cumplir con los Niveles Máximos de Residuos de plaguicidas (MRL por sus siglas en inglés) establecidos por la Comisión Europea para proteger a los consumidores de la exposición a niveles inaceptables de residuos de pesticidas.

Los MRL específicos para frutas pueden encontrarse en la [base de datos de plaguicidas de la UE](#).

Los importadores europeos comprueban regularmente los productos a su llegada para detectar residuos de plaguicidas y otros tipos de contaminación, los productos que contengan más plaguicidas de los permitidos serán retirados del mercado de la UE y los costes de la retirada se cargarán al proveedor. Además, el [Sistema de Alerta](#)

[Rápida para Alimentos y Piensos \(RASFF por sus siglas en inglés\)](#) notificará a los importadores y causará daños a su reputación.

Para evitar que se superen los MRL de los plaguicidas, se pueden aplicar medidas para reducir el uso de los mismos, como el [Manejo Integrado de Plagas \(MIP\)](#). El MIP consiste en un conjunto de medidas para el control de plagas agrícolas que incluye prácticas de cultivo y gestión de productos químicos.

Las autoridades de los Estados miembros de la UE son responsables del control y la aplicación de los MRL. Dicho control se realizará mediante un programa comunitario plurianual coordinado sobre el control de residuos de plaguicidas en alimentos de origen vegetal y animal establecido por el Reglamento (UE) 2021/601 (**CELEX 32021R0601**).

De acuerdo con este esquema, durante los años 2022, 2023 y 2024, los **Laboratorios nacionales de referencia** para la detección de residuos en los Estados Miembros, tomarán y analizarán muestras para las combinaciones pesticida/producto establecidas en el Reglamento. Sin embargo, el Reglamento (UE) 2020/585 (**CELEX 32020R0585**) seguirá aplicándose a las muestras analizadas en 2021.

Para obtener más información sobre los requisitos legales, consultar el **Servicio de asistencia comercial de la UE**.

8. PRECIOS

Los precios de las frutas exóticas son volátiles y cambian diariamente. Dependen sobre todo de la disponibilidad de la oferta, que a su vez depende de las condiciones meteorológicas y puede cambiar.

En el siguiente cuadro se muestra los precios en percha de la granadilla fresca en supermercados europeos:

PRECIOS Y PRESENTACIONES DE GRANADILLA EN ESTABLECIMIENTOS DE EUROPA						
PAÍS OCE	FOTO DEL PRODUCTO	PROCEDENCIA	PRECIO EUR	PRECIO USD	PESO	ESTABLECIMIENTOS
ESPAÑA		COLOMBIA	EUR 16,45	USD 18,66	1 KG.	CARREFOUR
ITALIA		PERÚ	EUR 10,00	USD 10,90	1 KG.	MERCADO 24 DE MAYO CIUDAD DE MILÁN
ITALIA		PERÚ	EUR 5,00	USD 5,45	4 UNIDADES	MERCADO 24 DE MAYO CIUDAD DE MILÁN

Fuente: Oficinas Comerciales del Ecuador en Europa

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca

Guayaquil: Av. Malecón 100 y Av. 9 de octubre, Edif. La Previsora, pisos 15-18-19

Teléfono: +593 4 2591370

Quito: Av. Amazonas entre Unión Nacional de Periodistas y Alfonso Pereira

Plataforma Gubernamental de Gestión Financiera, pisos 8 y 9

Teléfono: 593 2 3948760

Manta: Puerto Pesquero de San Mateo **Teléfono:** 593 5 26661009

www.produccion.gob.ec



De acuerdo a lo informado por la Oce de Milán, la granadilla no la venden en supermercados, sólo se la encuentra en un mercado de la ciudad de Milán donde los principales clientes son los migrantes de latinos.

PRECIOS Y PRESENTACIONES DE GRANADILLA EN SUPERMERCADOS ONLINE						
PAÍS OCE	PROCEDENCIA	PRECIO EUR	PRECIO USD	PESO	SUPERMERCADO	LINK DEL SUPERMERCADO
PAÍSES BAJOS	COLOMBIA	EUR 2.59	USD 2.93	135 GR. (1 UNIDAD)	GROENTEBROER	https://groentebroer.nl/fruitt/exoten
PAÍSES BAJOS	COLOMBIA	EUR 4.99	USD 5.65	250 GR. (2 UNIDADES)	FRUITTUITZUID	https://fruituitzuid.nl/product/granadilla-kopen/
FRANCIA	ECUADOR	EUR 19.95	USD 22.67	1 KG.	DJG	https://primeurdefrance.fr/produit/grenadille-par-2/
FRANCIA	COLOMBIA	EUR 19.90	USD 22.61	1 KG.	DJG	https://www.cjgprimeur.com/home/517-grenadille.html

Fuente: Oficinas Comerciales del Ecuador en Europa

Elaboración: Dirección de Promoción de Exportaciones, UIN – MPCEIP

9. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusión

La granadilla sigue siendo muy escasa en el mercado europeo. Sólo un grupo muy pequeño de consumidores está dispuesto a pagar el alto precio del producto. Por lo tanto, se comercializa en pequeñas cantidades a través de canales especializados y tiene una imagen exclusiva. Hay muy pocos exportadores del producto. Colombia es el principal proveedor para Europa, seguido a distancia por Perú y Ecuador.

A pesar que, es un nicho exclusivo de mercado y actualmente se comercializa en pequeñas cantidades, se estima que el comercio de granadilla en Europa incrementa en un 15% en el 2022.

9.2 *Recomendaciones*

- La amplia variedad de frutas exóticas de alta calidad es otra importante ventaja comparativa de los exportadores sudamericanos. Los compradores europeos, en particular los importadores especializados en frutas tropicales/exóticas aprecian la posibilidad de comprar varios tipos de fruta a un solo proveedor.

Esto les ofrece la oportunidad de pedir pequeñas cantidades y consolidar diferentes tipos de fruta en un solo pedido, que puede ser transportado de forma rentable a Europa.

- Los exportadores de frutas tropicales/exóticas deben prestar especial atención a la legislación relativa de los niveles máximos de residuos de plaguicidas (mrl por sus siglas en inglés), ya que se trata de un desafío frecuente al que se enfrentan muchos exportadores de frutas.
- Si las empresas exportadoras deben empezar a buscar alternativas en materiales de empaquetado y etiquetado para sus productos. No basta con ofrecer un producto de calidad y que cuente con las certificaciones que respalden un proceso de producción sostenible, si éste no cuenta con empaques cuyos materiales cumplen con los requisitos de reciclaje que los importadores y plataformas de comercialización están demandando, será un inconveniente en el mercado de destino. Según los expertos, muchos de los cambios en el empaquetado radica en los materiales de las etiquetas, las cuales reducen la posibilidad de reciclaje.
- La tendencia sostenible y la transición a una economía circular ha dejado de ser una tendencia de mercado para convertirse en una realidad comercial en la que tenemos dos opciones, o nos acoplamos y nos sumamos, o buscamos mercados alternativos que por ahora no pidan estos requisitos y perdemos las oportunidades que el mercado europeo ofrece al producto ecuatoriano.
- Se recomienda a los exportadores ecuatorianos la participación en ferias y eventos comerciales (ver punto 6), como estrategias de promoción de su cartera de productos.

REFERENCIAS

Unece.org. 2022. *Fresh Fruit and Vegetables - Standards | UNECE*. [online] Available at: <<https://unece.org/trade/wp7/FFV-Standards>> [Accessed 6 May 2022].

Oecd.org. 2022. *OECD Fruit and Vegetables Scheme - OECD Fruit and Vegetables Scheme*. [online] Available at: <<https://www.oecd.org/agriculture/fruit-vegetables/>> [Accessed 6 May 2022].

Importpromotiondesk.com. 2022. [online] Available at: https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/user_upload/Publikationen/factsheet/obst_gemuese/200706_PFS_FreshTropicalFruits_ES_web_v1.pdf