

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Toronto	1.2. Fecha	06/08/2024
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Antonio Ramos / Verónica García	
	Cargo	Especialista Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Granadilla (<i>Passiflora ligularis</i> Juss.)		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	0810901000		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Granadilla		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Perú tiene un tratado de libre comercio con Canadá, en vigencia desde el 1 de agosto del 2019, que comprende la gran mayoría de la oferta exportable peruana.</p> <p>Según la normativa D-01-07 publicada en el <i>Canadian Phytosanitary Import Requirements for Fresh Citrus and Tropical Fruits</i>, las frutas tropicales son consideradas dentro del grupo de productos que significan un riesgo bajo para el ingreso de plagas y enfermedades al país, por lo que no se requiere un Certificado Fitosanitario o un Permiso de Importación, sin embargo, el importador tiene la potestad de solicitar los documentos y/o certificados que considere conveniente para la venta al cliente final. ¹ Cabe señalar que se menciona que toda embarcación deberá encontrarse libre de tierra, tierra relacionada al cultivo, pestes, hojas y/o restos de plantas.</p> <p>Con respecto a los productos frescos importados, éstos pueden ser inspeccionados por la CFIA² los cuales deberán cumplir con todos los requisitos al llegar al primer punto de entrada en Canadá. Los productos que se encuentren infestados con plagas de importancia cuarentenaria o que no cumplan con las normativas serán rechazados para su ingreso a Canadá y deberán ser retirados del país o destruidos. Las cargas infestadas pueden ser ordenadas a ser tratadas antes de su eliminación para prevenir la propagación de plagas. El importador es responsable de todos los costos relacionados con el tratamiento, la eliminación o el retiro de los productos. ³</p> <p>La mayoría de las importaciones a Canadá están sujetas a impuestos sobre bienes y servicios (GST, Goods and Services Tax), el cual es calculado con una tasa de 5% del valor del embarque.</p> <p>Algunas provincias han combinado el GST con otros impuestos provinciales a las ventas, creando así un impuesto armonizado a las ventas (HST, Harmonized Sales Tax). Sin embargo, la mayoría de las importaciones comerciales se aplica sólo la parte del gobierno federal (GST).</p> <p>Este impuesto se debe pagar al momento de la entrada al país y se cobra en la frontera, a menos que los bienes vayan directamente a un almacén de depósito. En este caso, el GST se cobra cuando los bienes salen del almacén y se pueden vender en Canadá. El importador es responsable por el pago del GST/HST de los bienes importados.</p>		

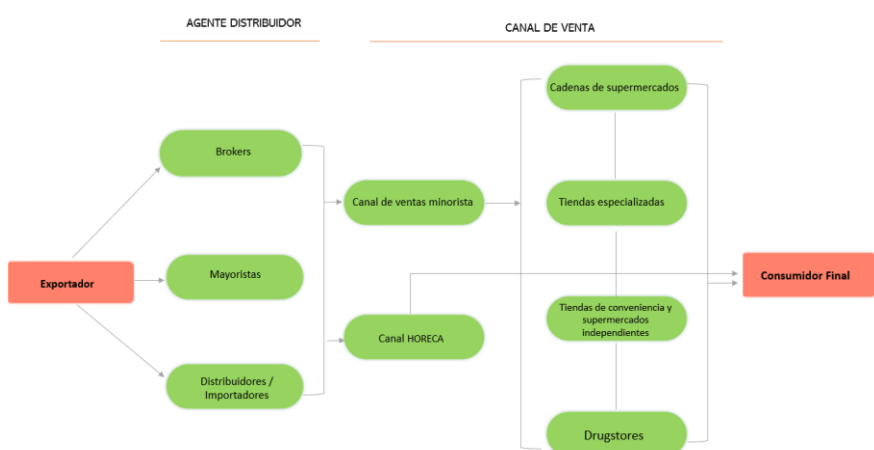
¹ <https://inspection.canada.ca/en/plant-health/invasive-species/directives/horticulture/01-07>

² CFA, Canadian Food Inspection Agency

³ <https://inspection.canada.ca/en/plant-health/invasive-species/directives/horticulture/01-07#c1>

	<p>Los importadores son responsables de asegurar que los alimentos que se importan para su venta en Canadá cumplan con los requerimientos de la legislación canadiense incluyendo el Reglamento de Salubridad de los Alimentos de Canadá (SFCR) así como la ley y reglamento de Alimentos y Drogas.</p> <p>La Agencia Canadiense de Inspección Canadiense (CFIA), ha especificado los siguientes requerimientos mínimos para las empresas importadoras de productos frescos⁴:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Número de socio de la Sociedad de Resolución de Litigios (DRC). 2. Licencia Safe Food for Canadians.
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los consumidores canadienses están cada vez más interesados en probar frutas exóticas y tropicales, lo que ha impulsado el incremento de la demanda de productos como la granadilla. • Esta tendencia está especialmente presente en grandes ciudades con poblaciones diversas, como Toronto, Vancouver y Montreal, donde hay una mayor exposición a productos internacionales. • La granadilla inicialmente se encontraba en tiendas especializadas en productos latinos y asiáticos; sin embargo, hoy en día se encuentra en importantes cadenas de supermercados. • El acceso a la granadilla está mejorando gracias a una red de importadores y distribuidores que se enfocan en frutas exóticas. La mejora en la logística y la cadena de frío ha permitido mantener la calidad del producto desde su origen hasta los puntos de venta en Canadá. • Los consumidores están cada vez más conscientes de los beneficios nutricionales de la granadilla, como su alto contenido de antioxidantes y fibra. • La granadilla enfrenta competencia de otras frutas exóticas como el quiwi y la pitahaya. Sin embargo, su perfil de sabor único y sus beneficios específicos pueden ayudar a diferenciarla en el mercado. • Los precios pueden variar dependiendo de la estacionalidad y la disponibilidad, pero se espera que la tendencia a una mayor demanda ayude a estabilizar los costos.
<p>2.6 Estacionalidad de la producción local</p>	<p>Canadá por sus condiciones climáticas y geográficas no produce granadilla, es por esto que importa este producto desde otros países.</p> <p>Estacionalidad de la Producción de Granadilla en Perú</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Época de Mayor Producción: Principalmente entre los meses de marzo y julio, durante este período, las condiciones climáticas son óptimas para el desarrollo de la granadilla, resultando en mayores volúmenes de producción. ○ Época de Menor Producción: Entre los meses de noviembre y febrero. Aunque la producción no cesa completamente, la cantidad de granadilla disponibles en el mercado tiende a disminuir durante estos meses. <p>Zonas Productoras</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Regiones Andinas: Las principales regiones productoras de granadilla en Perú incluyen Huánuco, Junín, Pasco, y Cajamarca. Estas regiones se caracterizan por tener altitudes y climas ideales para el cultivo de granadilla.

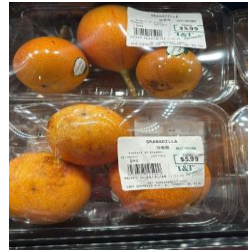


⁴ https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Regiones de la Selva Alta: Algunas zonas de la selva alta también contribuyen a la producción de granadilla, aprovechando las condiciones tropicales y la alta humedad.
<p>2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)</p>	<p>Principales puntos de ingreso de los frutos frescos en Canadá:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ontario: <ul style="list-style-type: none"> • El principal punto de ingreso de los productos frescos en Canadá es Ontario. • La mayoría de los productos que ingresan por vía terrestre lo hacen a través del puente Niagara Falls – Queenston Lewiston Bridge. • Con respecto al flujo aéreo se lleva a cabo principalmente a través del Aeropuerto Internacional Pearson. 2. Quebec: <ul style="list-style-type: none"> • El segundo punto de ingreso principal de productos frescos a Canadá es Quebec. • La mayoría de los productos importados ingresan por vía terrestre a través del cruce St-Bernard-de-Lacolle-Highway 15. 3. British Columbia: <ul style="list-style-type: none"> • El tercer punto de ingreso significativo es British Columbia. • La mayor cantidad de productos frescos importados ingresan por vía marítima a través del puerto Main Long Room. <p>Con respecto a la infraestructura y regulaciones con las que cuenta Canadá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA): Responsable de la inspección y regulación de productos agrícolas que ingresan a Canadá, asegurando que cumplan con las normas fitosanitarias y de seguridad alimentaria. • Aduanas y Protección Fronteriza: Institución que se encarga de la gestión de la documentación y los procesos aduaneros necesarios para la importación de granadilla y otros productos agrícolas.
<p>2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</p>	<p>La cadena de distribución y comercialización de la granadilla en Canadá involucra múltiples etapas y actores, desde la producción en el país de origen hasta la llegada del producto al consumidor final. A continuación, se describe cada etapa del proceso</p>  <pre> graph LR Exportador[Exportador] --> Brokers[Brokers] Exportador --> Mayoristas[Mayoristas] Exportador --> Distribuidores[Distribuidores / Importadores] Brokers --> CanalMinorista[Canal de ventas minorista] Mayoristas --> CanalMinorista Distribuidores --> CanalHORECA[Canal HORECA] CanalMinorista --> CanalVenta[Canal de Venta] CanalHORECA --> CanalVenta CanalVenta --> Supermercados[Cadenas de supermercados] CanalVenta --> TiendasEspecializadas[Tiendas especializadas] CanalVenta --> TiendasConveniencia[Tiendas de conveniencia y supermercados independientes] CanalVenta --> Drugstores[Drugstores] Supermercados --> ConsumidorFinal[Consumidor Final] TiendasEspecializadas --> ConsumidorFinal TiendasConveniencia --> ConsumidorFinal Drugstores --> ConsumidorFinal </pre>

<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>Para la granadilla en el mercado canadiense, los actores clave de los canales de distribución y comercialización consideran varios criterios al seleccionar proveedores. Los cuales incluyen:</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="552 409 839 584">Calidad del Producto</td> <td data-bbox="839 409 1442 584"> <p>Frescura y Madurez: Los proveedores deben garantizar que el fruto esté en su punto óptimo de madurez y fresca.</p> <p>Certificaciones: La existencia de certificaciones como GlobalGAP, Certificación orgánica, Fairtrade, entre otros.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 584 839 857">Cumplimiento de Normativas</td> <td data-bbox="839 584 1442 857"> <p>Normativas Fitopatológicas: El producto debe cumplir con las regulaciones sanitarias y fitosanitarias del país importador.</p> <p>Seguridad Alimentaria: Cumplimiento con estándares de seguridad alimentaria, incluyendo análisis de residuos de pesticidas.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 857 839 1070">Capacidad de Suministro</td> <td data-bbox="839 857 1442 1070"> <p>Volumen de Producción: La capacidad del proveedor para satisfacer la demanda en términos de cantidad.</p> <p>Consistencia en el Suministro: Capacidad para proveer de manera consistente durante la temporada de cosecha.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 1070 839 1283">Costos y Precios</td> <td data-bbox="839 1070 1442 1283"> <p>Precio Competitivo: Los precios deben ser competitivos en el mercado sin comprometer la calidad.</p> <p>Costos de Logística: Incluyendo el transporte, almacenamiento y cualquier tratamiento requerido.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 1283 839 1496">Logística y Transporte</td> <td data-bbox="839 1283 1442 1496"> <p>Capacidad de Envío: Experiencia en la exportación y en el manejo de la logística internacional.</p> <p>Tiempo de Tránsito: Eficiencia en el tiempo de envío para asegurar la frescura del producto.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 1496 839 1709">Reputación del proveedor</td> <td data-bbox="839 1496 1442 1709"> <p>Historial de Fiabilidad: Historial de cumplimiento de contratos y puntualidad en las entregas.</p> <p>Referencias y Reputación: Buenas referencias de otros compradores y una reputación positiva en el mercado.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 1709 839 1921">Sostenibilidad y Responsabilidad Social</td> <td data-bbox="839 1709 1442 1921"> <p>Prácticas Sostenibles: Uso de prácticas agrícolas sostenibles que minimicen el impacto ambiental.</p> <p>Responsabilidad Social: Compromiso con prácticas laborales justas y apoyo a las comunidades locales.</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="552 1921 839 2024">Innovación y Adaptabilidad:</td> <td data-bbox="839 1921 1442 2024"> <p>Tecnología de Producción: Uso de tecnologías avanzadas para mejorar la calidad y la productividad.</p> </td> </tr> </table>	Calidad del Producto	<p>Frescura y Madurez: Los proveedores deben garantizar que el fruto esté en su punto óptimo de madurez y fresca.</p> <p>Certificaciones: La existencia de certificaciones como GlobalGAP, Certificación orgánica, Fairtrade, entre otros.</p>	Cumplimiento de Normativas	<p>Normativas Fitopatológicas: El producto debe cumplir con las regulaciones sanitarias y fitosanitarias del país importador.</p> <p>Seguridad Alimentaria: Cumplimiento con estándares de seguridad alimentaria, incluyendo análisis de residuos de pesticidas.</p>	Capacidad de Suministro	<p>Volumen de Producción: La capacidad del proveedor para satisfacer la demanda en términos de cantidad.</p> <p>Consistencia en el Suministro: Capacidad para proveer de manera consistente durante la temporada de cosecha.</p>	Costos y Precios	<p>Precio Competitivo: Los precios deben ser competitivos en el mercado sin comprometer la calidad.</p> <p>Costos de Logística: Incluyendo el transporte, almacenamiento y cualquier tratamiento requerido.</p>	Logística y Transporte	<p>Capacidad de Envío: Experiencia en la exportación y en el manejo de la logística internacional.</p> <p>Tiempo de Tránsito: Eficiencia en el tiempo de envío para asegurar la frescura del producto.</p>	Reputación del proveedor	<p>Historial de Fiabilidad: Historial de cumplimiento de contratos y puntualidad en las entregas.</p> <p>Referencias y Reputación: Buenas referencias de otros compradores y una reputación positiva en el mercado.</p>	Sostenibilidad y Responsabilidad Social	<p>Prácticas Sostenibles: Uso de prácticas agrícolas sostenibles que minimicen el impacto ambiental.</p> <p>Responsabilidad Social: Compromiso con prácticas laborales justas y apoyo a las comunidades locales.</p>	Innovación y Adaptabilidad:	<p>Tecnología de Producción: Uso de tecnologías avanzadas para mejorar la calidad y la productividad.</p>
Calidad del Producto	<p>Frescura y Madurez: Los proveedores deben garantizar que el fruto esté en su punto óptimo de madurez y fresca.</p> <p>Certificaciones: La existencia de certificaciones como GlobalGAP, Certificación orgánica, Fairtrade, entre otros.</p>																
Cumplimiento de Normativas	<p>Normativas Fitopatológicas: El producto debe cumplir con las regulaciones sanitarias y fitosanitarias del país importador.</p> <p>Seguridad Alimentaria: Cumplimiento con estándares de seguridad alimentaria, incluyendo análisis de residuos de pesticidas.</p>																
Capacidad de Suministro	<p>Volumen de Producción: La capacidad del proveedor para satisfacer la demanda en términos de cantidad.</p> <p>Consistencia en el Suministro: Capacidad para proveer de manera consistente durante la temporada de cosecha.</p>																
Costos y Precios	<p>Precio Competitivo: Los precios deben ser competitivos en el mercado sin comprometer la calidad.</p> <p>Costos de Logística: Incluyendo el transporte, almacenamiento y cualquier tratamiento requerido.</p>																
Logística y Transporte	<p>Capacidad de Envío: Experiencia en la exportación y en el manejo de la logística internacional.</p> <p>Tiempo de Tránsito: Eficiencia en el tiempo de envío para asegurar la frescura del producto.</p>																
Reputación del proveedor	<p>Historial de Fiabilidad: Historial de cumplimiento de contratos y puntualidad en las entregas.</p> <p>Referencias y Reputación: Buenas referencias de otros compradores y una reputación positiva en el mercado.</p>																
Sostenibilidad y Responsabilidad Social	<p>Prácticas Sostenibles: Uso de prácticas agrícolas sostenibles que minimicen el impacto ambiental.</p> <p>Responsabilidad Social: Compromiso con prácticas laborales justas y apoyo a las comunidades locales.</p>																
Innovación y Adaptabilidad:	<p>Tecnología de Producción: Uso de tecnologías avanzadas para mejorar la calidad y la productividad.</p>																

		<p>Flexibilidad: Capacidad para adaptarse a cambios en las demandas del mercado o en las regulaciones.</p>
<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>De los mercados visitados, se encontró oferta proveniente principalmente de Ecuador y Colombia, sin embargo, cabe señalar que recientemente el producto peruano está ingresando en pequeñas cantidades las cuales se distribuyen dentro de tiendas especializadas de productos peruanos y latinos, principalmente en Toronto y Montreal.</p>	
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Se señalan algunas actividades las cuales pueden ser utilizadas con el fin de promover el consumo de la granadilla en el mercado canadiense:</p> <p>1. Participación en Ferias y Exposiciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principales Ferias de Alimentos y Bebidas en Canadá: <p>SIAL Canada Esta feria reúne a profesionales de la industria alimentaria, incluyendo productores, distribuidores, minoristas y expertos del sector. Ofrece una plataforma para descubrir las últimas tendencias en alimentos, productos innovadores y tecnologías emergentes. https://sialcanada.com/en/</p> <p>CHFA La CHFA organiza eventos y ferias importantes, como el CHFA East y el CHFA West, que son exposiciones clave para los profesionales del sector de alimentos y salud en Canadá. Estos eventos ofrecen una plataforma para que los fabricantes, distribuidores y minoristas se conecten, presenten nuevos productos y compartan conocimientos sobre tendencias y regulaciones del mercado https://chfa.ca/en/</p> <p>CPMA El CPMA se dedica a promover el crecimiento y la sostenibilidad del mercado de productos frescos a través de una variedad de actividades. Entre sus principales funciones se incluyen la defensa de políticas que beneficien a la industria, la provisión de recursos educativos y la organización de eventos importantes, como la Feria Anual CPMA, una exposición destacada en la que los participantes pueden descubrir innovaciones, establecer redes de contactos y explorar tendencias del sector. https://cpma.ca/</p> <p>2. Marketing Digital y Redes Sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas en Redes Sociales: Utilizar plataformas como Instagram, Facebook y TikTok para compartir recetas, beneficios para la salud y promociones especiales. • Influencers y Blogueros: Colaborar con influencers y blogueros de comida saludable y frutas exóticas para que promociónen el fruto a través de sus canales. 	

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

Punto de venta	Unidad	Precio	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
	(Caja, Kg., otro)	(USD)				
T&t Fairview mall	Paquete de 3 unidades	8.32 USD/3 unidades	Ecuador	24/07/2024	Paquetes	
Fresh Co	Unidades	3.45 USD/unidad	Colombia	24/07/2024	Unidades	
Walmart	Unidades	2.75 USD/unidad	Colombia	25/07/2024	Unidades	
<i>TC de dólares canadienses a americanos de 0.72</i>						