

Perfil de mercado -Uvas Frescas-



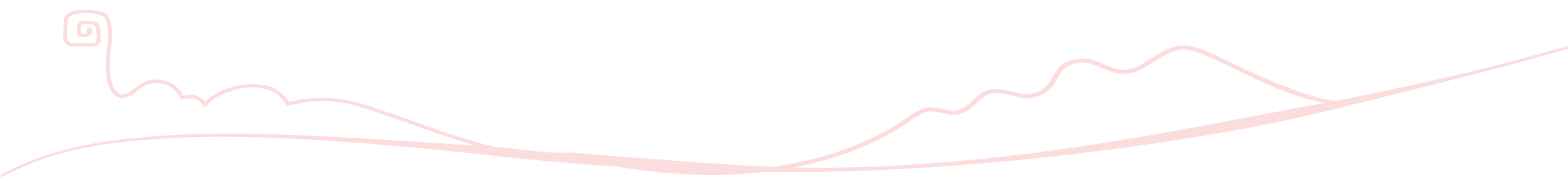
PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Índice

| | |
|---|-----------|
| 01. Mercado | 4 |
| 02. Condiciones de Acceso | 19 |
| 03. Distribución y Canales de Comercialización | 27 |
| 04. Datos de Contacto de Importadores | 29 |
| 05. Fuentes de Información | 30 |



01

Mercado

1.1. Tamaño

México ocupa el decimo cuarto lugar como productor de uva en el mundo. Las principales variedades que se cultivan son Perlette, Flame, Sugraone y Red Globe. En el mercado mexicano el consumo per cápita de uva fresca es de 2,5 kg anual, siendo en las festividades de año nuevo cuando se consume más este producto porque en el brindis de fin de año se acostumbra ingerir 12 uvas (cada una representa los meses del nuevo año y un deseo en cada ingesta). Cabe destacar que México importa uvas de varios países líderes a través de empresas concentradas en la Central de abasto de la Ciudad de México, siendo éste su principal canal de distribución para los consumidores finales.

México está compuesto por casi 25 millones de hogares, resultando que cada hogar en promedio alberga a 4 integrantes. Esto constituye aproximadamente 280 000 toneladas de uvas frescas consumidas al año.

1.2. Producción local

En México la producción de uva está compuesta por uva para uso industrial, uva fruta o fresca y uva pasa. A la uva fresca también se le conoce como uva de mesa. La producción de uva fresca en México está regionalizada debido a que el 70% se cultiva en el Estado de Sonora, otra parte se localiza en los Estados de Baja California tanto Norte como Sur, también hay cosechas en Zacatecas, Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guanajuato, Jalisco, Puebla, San Luis Potosí y Querétaro. El 95% de la superficie cosechada se ubica en Sonora, Zacatecas, Baja California, Aguascalientes y Coahuila.

Producción Nacional de Uva por Entidad en 2012

| Estado | Volumen | | Valor | |
|-----------------|--------------------|---------------|--------------|---------------|
| | Miles de Toneladas | Participación | USD millones | Participación |
| Sonora | 303,1 | 80,8% | 480,7 | 91,9% |
| Zacatecas | 28,6 | 7,6% | 14,8 | 2,8% |
| Baja California | 25,3 | 6,8% | 19,7 | 3,8% |
| Aguascalientes | 11,4 | 3,0% | 3,1 | 0,6% |
| Coahuila | 2,7 | 0,7% | 2,1 | 0,4% |
| Querétaro | 1,8 | 0,5% | 1,6 | 0,3% |
| Resto del país | 2,3 | 0,6% | 1,2 | 0,2% |
| Total Nacional | 375,3 | 100,0% | 523,2 | 100,0% |

Principales productores

- Agrícola Terrasanta, S.A. de C.V.
- Agroindustrial La Sierpe S.A. de C.V.
- Agropecuaria Jam S.A. de C.V.
- Agrícola Terramara S. de RL de CV
- Agroexport de Sonora S.A. de C.V.
- Agroexportaciones del Desierto S.A. de C.V.
- Agrícola Don Roberto S.A. de C.V.
- Agrícola Talo S.A. de C.V.
- Agropecuaria Las Mercedes S.A. de C.V.
- Agropecuaria San Alberto
- Agrícola Cactus S.A. de CV/ Agrícola Santa Gabriela SA de CV
- Agrícola La Macarena S.A. de C.V.
- Agropecuaria Rosa S.A. de C.V.
- Agrícola Bay Hermanos S.A. de C.V.
- Agrícola Montecristo S.A. de C.V.
- Compañía Hortofrutícola Siglo 21
- Empresas Heras SA de CV
- El Pañuelito SPR de RL
- Giadela SPR de RL
- Green Stripe de Mexico S de RL de CV
- Grupo Agropecuario El Diamante
- La Perlet SPR de RL
- Los Arroyos SPR de RI
- Viñedos Costa



Zonas de mayor producción



Producción de Uva en México

| | Superficie (miles de ha) | | Volumen | Rendimiento | Precio Medio | Valor |
|--------|--------------------------|-----------|----------------|-------------|--------------|---------|
| | Sembrada | Cosechada | (miles de ton) | (ton/ha) | (\$/ton) | (mdp) |
| 2000 | 40,2 | 39,2 | 371,8 | 9,5 | 5 080,9 | 1 889,1 |
| 2201 | 40,5 | 37,3 | 435,7 | 11,7 | 5 794,0 | 2 524,4 |
| 2002 | 39,9 | 32,9 | 363,0 | 11,0 | 8 513,0 | 3 090,2 |
| 2003 | 35,0 | 30,7 | 331,3 | 10,8 | 10 820,4 | 3 584,3 |
| 2004 | 35,4 | 33,0 | 305,3 | 10,8 | 10 820,4 | 3 584,3 |
| 2005 | 31,2 | 30,0 | 331,9 | 11,1 | 9 131,3 | 3 030,7 |
| 2006 | 30,6 | 29,3 | 244,1 | 8,3 | 10 849,1 | 2 648,0 |
| 2007 | 29,8 | 29,3 | 356,3 | 12,2 | 12 683,1 | 4 518,5 |
| 2008 | 28,2 | 26,5 | 356,3 | 12,2 | 12 683,1 | 4 518,5 |
| 2009 | 27,9 | 25,8 | 274,8 | 10,7 | 17 881,6 | 4 914,4 |
| 2010 | 27,7 | 27,1 | 307,1 | 11,3 | 13 740,6 | 4 220,4 |
| 2011 | 27,8 | 27,2 | 281,1 | 10,3 | 16 848,4 | 4 736,8 |
| 2012 | 28,9 | 26,9 | 375,3 | 13,9 | 18 901,5 | 7 093,7 |
| 2013/p | 29,4 | 27,4 | 348,3 | 12,7 | N/D | N/D |

Fuente: SAGARPA

1.3. Importaciones

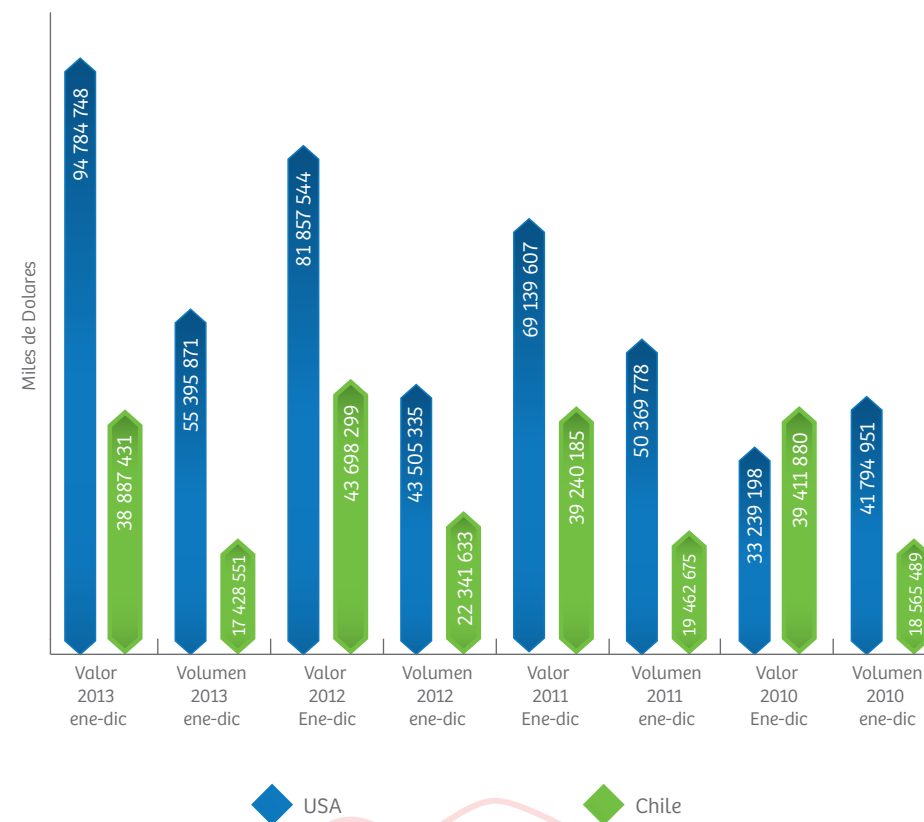
Importación de uva fresca (Valor en miles de dólares y Volumen en kilogramos)

| IMPOR- TACIO- NES | 2013 ene-dic | | 2012 ene-dic | | 2011 ene-dic | | 2010 ene-dic | |
|-------------------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|-----------------|------------|
| | Valor | Volumen | Valor | Volumen | Valor | Volumen | Valor | Volumen |
| Total | 133 672 179 | 72 824 422 | 125 555 443 | 65 846 969 | 108 379 453 | 69 832 453 | 72 651 078 | 60 360 440 |
| USA | 94 784 748 | 55 395 871 | 81 857 544 | 43 505 335 | 69 139 607 | 50 369 778 | 33 239 198 | 41 794 951 |
| Chile | 38 887 431 | 17 428 551 | 43 698 299 | 22 341 633 | 39 240 185 | 19 462 675 | 39 411 880 | 18 565 489 |

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

En los últimos 8 años, solamente se han realizado importaciones de uva fresca proveniente de Estados Unidos y Chile. El 63,79% proviene de los Estados Unidos debido principalmente a la cercanía geográfica que se tiene con México.

Importación de uva fresca (Valor en miles de dólares y Volumen en kilogramos)



1.4. Exportaciones

Exportación de uva fresca (Valor en dólares y Volumen en kilogramos)

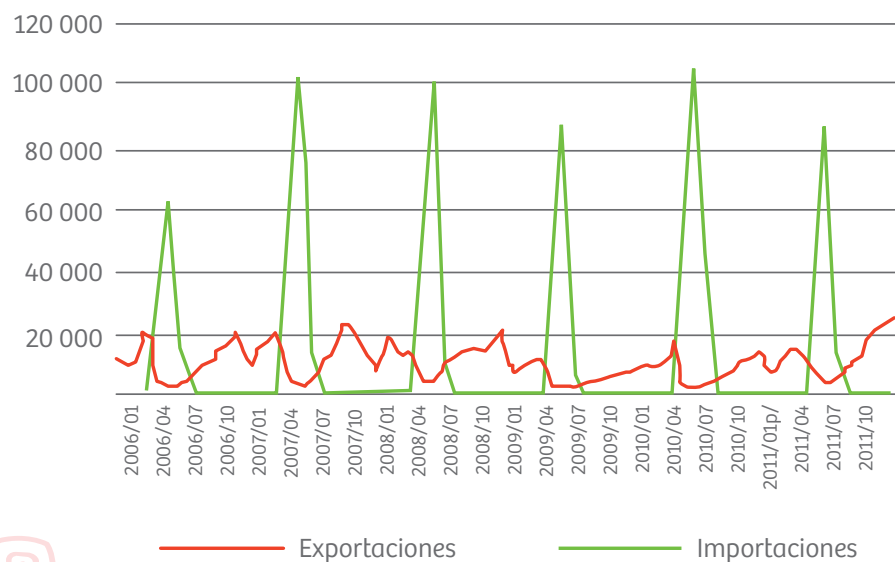
| Exportaciones | 2013 ene-dic | | 2012 ene-dic | | 2011 Ene-dic | | 2010 ene-dic | |
|-----------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | Valor | Volumen | Valor | Volumen | Valor | Volumen | Valor | Volumen |
| Total | 150 268 758 | 149 646 787 | 160 108 344 | 167 854 220 | 140 223 291 | 137 530 775 | 156 896 690 | 171 324 926 |
| USA | 145 648 798 | 147 591 247 | 156 052 107 | 166 063 847 | 136 512 513 | 135 332 102 | 154 244 661 | 159 747 043 |
| Costa Rica | 613 380 | 392 253 | 1 036 350 | 477 340 | 763 195 | 308 887 | 640 954 | 376 204 |
| Guatemala | 285 008 | 176 162 | 680 408 | 329 958 | 675 121 | 279 058 | 652 937 | 380 704 |
| Honduras | 210 364 | 146 875 | 343 880 | 178 108 | 657 356 | 302 434 | 341 200 | 205 922 |
| Brasil | 249 612 | 97 920 | 248 395 | 106 272 | 422 261 | 169 311 | 210 026 | 124 640 |
| Canadá | 0 | 0 | 12 441 | 7 776 | 308 229 | 427 068 | 0 | 0 |
| El Salvador | 218 524 | 138 956 | 308 476 | 177 301 | 269 574 | 103 858 | 130 086 | 77 889 |
| Belice | 285 134 | 86 452 | 332 543 | 87 009 | 224 379 | 115 445 | 242 331 | 153 342 |
| Panamá | 109 996 | 83 436 | 77 579 | 34 440 | 179 872 | 76 031 | 366 435 | 226 510 |
| Nicaragua | 0 | 0 | 179 642 | 75 144 | 47 090 | 18 122 | 31 260 | 17 908 |
| Guadalupe | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 040 | 17 712 | 37 800 | 14 760 |
| Guyana Francesa | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 040 | 17 712 | 0 | 0 |
| Martinica | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 040 | 17 712 | 0 | 0 |
| Japón | 53 446 | 16 728 | 362 190 | 122 190 | 40 581 | 15 320 | 0 | 0 |
| Cuba | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Alemania | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Reino Unido | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Guyana | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hong Kong | 0 | 0 | 47 519 | 17 712 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

El principal mercado de exportación de las uvas mexicanas es el de Estados Unidos, donde en su mayoría se exportan uvas Perlette, Flame, Sugraone y Red Globe, mismas que son consumidas en las mesas de los hogares estadounidenses y en su industria vitivinícola.

Como se puede apreciar en esta gráfica, los aumentos en las exportaciones de uva obedecen a que la cosecha más fuerte de uva fresca se realiza en los meses de mayo, junio y julio. Cabe señalar que casi el 80% de la producción doméstica, se destina a la exportación, esta situación se ve compensada con las importaciones de uva fresca provenientes de Chile y Estados Unidos.

Balanza comercial de la uva fresca



1.5. Características Generales

Después de la crisis en la que está sumergida la citricultura mexicana por la presencia de la plaga del Dragón Amarillo y las pérdidas económicas por la sobreproducción, que asciende a más de 90 millones de pesos, el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP) estudia cultivos alternativos que puedan sustituir las parcelas de limón, y existen condiciones climatológicas para que se produzca uva en

territorio del Estado de Michoacán, que sería el único a nivel nacional, reportó el diario mexicano "Cambio de Michoacán". El cultivo de uva podría sustituir una cantidad importante de superficie limonera, la uva es de los más rentables. Las ganancias son de 1 peso sobre cuatro pesos, mientras que en la citricultura apenas alcanza los 2,50 pesos, es decir, con la producción de uva se cuadruplicarían las ganancias en el estado de Michoacán.

1.6. Usos, formas de consumo, presentaciones, precios, competencia

Presentaciones de Uva fresca

- Cajas de 9 o 10 kg
- Envoltura: Bolsas de Polybag
- Caja de cartón estándar
- Parihuelas de madera

Otras Presentaciones de Cajas

- | | |
|-----------|-------------|
| • Cartón: | • Plástico: |
| • 4,5 | • 8,2 |
| • 5 | • 9 |
| • 8,2 | • 16,5 kg |
| • 9 | |
| • 10 kg | |

Presentaciones en envoltorios

- Zipper bags
- Slider bags
- Clamshells / Punnets

La temporalidad del producto y la escasa producción de uva de calidad para el consumo doméstico ha motivado que para satisfacer la demanda de la población se recurra a la importación de la proveniente de Estados Unidos y Chile, principalmente, y que los precios actuales, ya de por sí elevados -de \$ 3,3 a \$ 3,75 usd el kilogramo-, sufran un incremento generalizado todavía mayor a final de año siendo ofertado el producto a \$ 5 ó \$ 6 usd el kilogramo. Esta variación en los precios se debe tanto a la crisis económica, el cambio climático, la falta de estímulo a productores del país, así como a otros factores regionales diversos como la falta de cumplimiento de promesas de la autoridad para fomentar el comercio y el ordenamiento urbano.

Entre las variedades de uva que más se comercializan en México están la blanca, la negra, la Thompson, Red Globe, Chris-

ma, Rubí, y las que se importan en Estados Unidos y Chile se pagan en dólares, divisa que ha tenido grandes variaciones a últimas fechas, a lo cual deben sumarse costos de flete por traslado, pago aduanal, entre otros.

En 2011 en la Central de Abastos capitalina, cuando no es temporada decembrina la caja de diez kilogramos de uva importada se vendía entre \$ 20 y \$ 21,50 usd, es decir, a \$ 2,0 y \$ 2,15 usd por kilogramo, pero conforme se acercaba diciembre su costo subió hasta \$ 3,3 y \$ 3,75 usd por kilogramo, pero a unos días del fin de año súbitamente subió hasta más de \$ 6 usd; esto afecta directamente porque la familia mexicana puede consumir uvas, pero no en la misma cantidad, sino que disminuye significativamente su consumo al ver los dramáticos cambios en el precio de las uvas frescas.

02

Precios de acuerdo con el canal de distribución

| TIPO DE UVA | AUTOSERVICIO USD/KG | MERCADO USD/KG | MERCADOS NACIONALES (MAYOREO) USD/KG |
|---------------------------|------------------------|-------------------|---|
| Uva blanca sin semilla | 4,67-5,25 | 5,83-6,67 | 3,70-3,90 |
| Uva roja globo | 4,66 | | |
| Uva roja sin semilla | 4,67-5,75 | 5,00 | |
| Uva calmeria | | | 2,50 |
| Uva cardenal | | | 3,35 |
| Uva flame | | | 1,88-2,30 |
| Uva globo | | | 1,80-3,65 |
| Uva pasa | | | 3,00-3,30 |
| Uva perlete | | | 1,88-2,30 |

Condiciones de Acceso

2.1. Requisitos Específicos para los importadores

2.1.1. Aranceles: Preferencias por TLC, competidores, NMF

| Arancel General | Unidad de medida | ALADI PAR \$ |
|-----------------|------------------|--------------|
| 45% | Kilogramo | Excluido |

*** Producto exento del pago del Impuesto al Valor Agregado.

Desde el 1 de febrero de 2012, la importación de esta mercancía originaria de Perú, está sujeta al arancel del 45% (Apéndice III del Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del IGI para las mercancías originarias de Perú, DOF 1/II/2012). Sin embargo, del 1 de noviembre al 31 de marzo de cada año, se aplicará la preferencia arancelaria que se indica en la columna correspondiente para cada año (Punto Décimo Tercero del Decreto por el que se establece la Tasa Aplicable del IGI para las mercancías originarias de Perú, DOF 1/II/2012):

| Arancel del 1 de noviembre al 31 de enero del año respectivo | | | | |
|--|------|------|------|------------------|
| A partir del 1/febrero/ 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | A partir de 2016 |
| 36,0 | 27,0 | 18,0 | 9,0 | Ex. |



Otros países con ventaja arancelaria

| Otros Países con Ventaja Arancelaria | | | | |
|--------------------------------------|-----------|------------|-------------|-----------|
| | | | | |
| E.U.A. | Canadá | Costa Rica | El Salvador | Guatemala |
| Exento | Exento | Exento | Exento | Exento |
| | | | | |
| Honduras | Nicaragua | Colombia | Bolivia | Japón |
| Exento | Exento | Excluido* | Exento | Exento |
| | | | | |
| Unión Europea | Noruega | Suiza | Islandia | Israel |
| Exento | Excluido* | Excluido* | Excluido* | Excluido* |

Fuente: Secretaría de Economía

2.1.2. Requisitos específicos del importador

- Estar inscrito en el Padrón de Importadores
- Ser una empresa legalmente constituida
- Llevar control de inventarios

2.1.3. Barreras/estándares/normas (resúmenes y enlaces)

Certificado Fitosanitario de la SAGARPA, previa inspección con el objeto de revisar y certificar que el producto se encuentre libre de plagas y enfermedades (el certificado se otorga en términos del Art. 9 del Acuerdo, previa comprobación del cumplimiento de la NOM fitosanitaria o de la HRF) ; Permiso previo de la SE (Únicamente cuando se importen en definitiva al amparo de un Acuerdo de Alcance Parcial negociado conforme al Tratado de Montevideo 1980 y sea originarias y procedentes de Argentina, Brasil, Cuba, Ecuador, Perú, Panamá o Paraguay. Los criterios y requisitos para otorgar el permiso están contenidos en la fracción III del Anexo 2.2.2 del Acuerdo

por el que la SE emite reglas y criterios de carácter general en materia de comercio exterior, DOF 6/VII/2007) ; Capítulo 5 (Etiquetado) de la NOM-120-SCFI-1996 (Únicamente uvas de mesa empacadas para comercialización al mayoreo y medio mayoreo. El importador podrá optar por cualquiera de las alternativas previstas en el Art. 6 para comprobar el cumplimiento de la NOM).

El ingreso de fruta fresca a México, está regulado por la NOM-008-FITO, que los usuarios pueden solicitar a la SAGARPA o descargar del catálogo de normas de la Secretaría de Economía.

Durante el periodo comprendido entre el 15 de abril hasta el 31 de mayo de cada año
<http://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2013/08/Tratado.pdf>

2.1.4. Régimen Legal y arancelario en país de destino

| | | |
|------------|----------|---|
| Sección | II | Productos del reino vegetal |
| Capítulo | 08 | Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías |
| Partida | 0806 | Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas |
| SubPartida | 080610 | Frescas |
| Fracción: | 08061001 | Frescas |

2.2. Requisitos del Consumidor

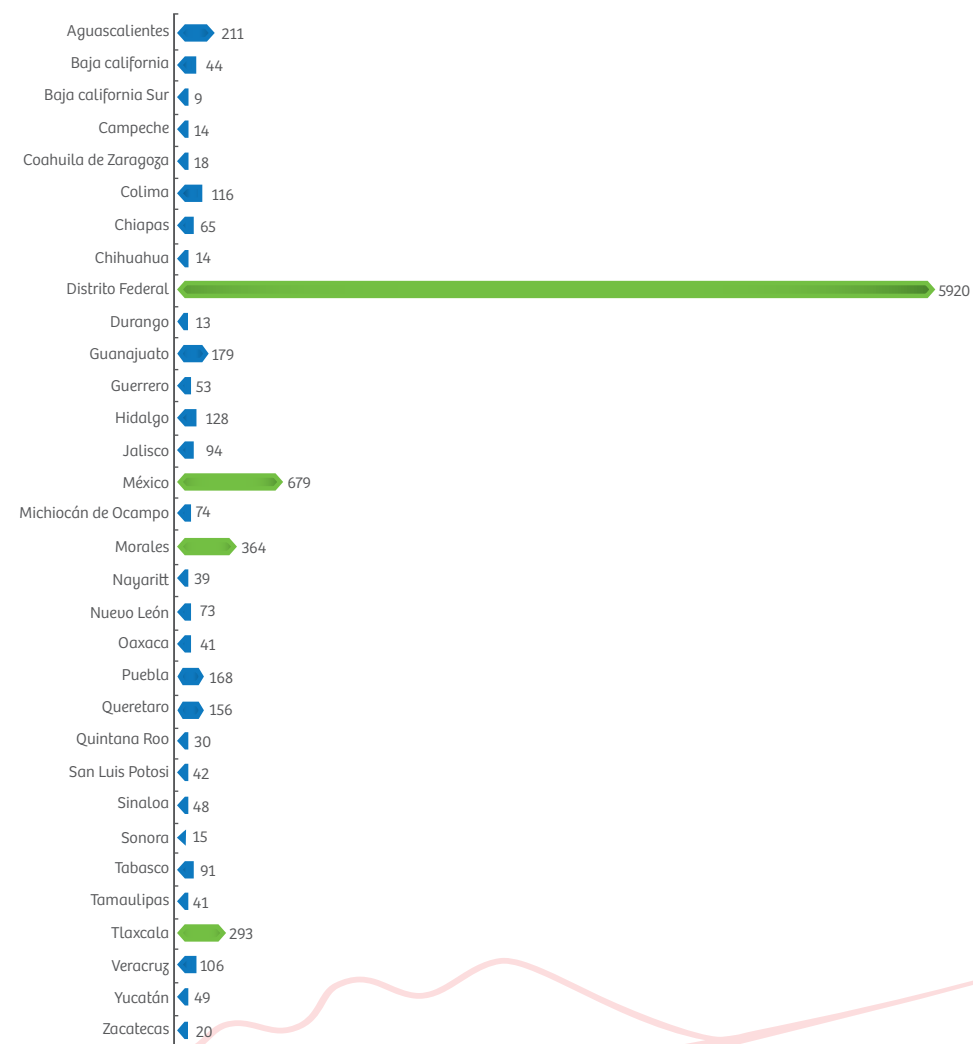
2.2.1. Regiones/Sectores de mayor consumo dentro del mercado

La distribución de los hogares mexicanos por entidad federativa, destacando los lugares con más afluencia de hogares como el Estado de México (3 221 617 hogares), el Distrito Federal (2 292 069 hogares), Veracruz (1 798 554 hogares), Jalisco (1 598 029 hogares), Puebla (1 222 966 hogares), Guanajuato (1 105 564 hogares), y Nuevo León (1 031 637 hogares), siendo estos lugares los más densamente poblados donde la mayoría de estos hogares se ubican dentro de las ciudades más importantes de México. Según datos del INEGI el total de hogares en México es de 24 803 625.

La ciudad de México sin duda es la más densamente poblada, aunque existen varios municipios del Estado de México como Ecatepec, Naucalpan, Cuautitlán, y Nezahualcoyotl que por la densidad

de hogares que albergan juntos, superan al Distrito Federal, considerándose parte del Área Metropolitana o Valle de México que se establece de manera periférica a la ciudad de México con 21,5 millones de habitantes, otra gran ciudad es Guadalajara con 4,1 millones de habitantes, Monterrey con 3,7 millones de habitantes, Puebla-Tlaxcala con 2,1 millones de habitantes, Toluca con 1,6 millones de habitantes, Tijuana con 1,5 millones de habitantes, León con 1,4 millones de habitantes, Ciudad Juárez con 1,3 millones de habitantes, Torreón o Comarca Lagunera con 1,2 millones de habitantes, y San Luis Potosí con un millón de habitantes aproximadamente, según el último censo de población practicado por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI).

Densidad de Población por Entidad Federativa 2010 (Habitantes/Km2)



Fuente: Elaborada con datos del INEGI

2.2.2. Tendencias del consumidor / perspectivas del mercado / competencia

Las amas de casa mexicanas son tomadoras de decisión clave y la uva de mesa forma parte de la lista de compras promedio de la clase media. Por lo tanto, se deben focalizar las estrategias dirigidas a este sector porque pueden ser cruciales para una comercialización efectiva del producto. Existe un segmento de gente saludable denominada "healthy" en México que tiende a expandirse y es un ávido consumidor de fruta fresca, por lo que sugerimos considerar estrategias de mercado específicas para este sector.

En términos per cápita, se observa que el consumo de frutas se correlaciona directamente con el nivel de vida donde el gasto en frutas responde positivamente a mayores ingresos, así como a patrones crecientes

de gasto total y consumo de alimentos. Los productos con los que el consumo de frutas está más correlacionado son: verduras, leche, carnes, cereales, tubérculos, y pescado. Se observa que a mayor ingreso mayor gasto en fruta, y a medida que aumenta el nivel de gastos así como de ingresos, también sucede que es mayor el gasto efectuado para comprar fruta.

De acuerdo con la información más reciente, se observa en las ciudades grandes una tendencia a aumentar el gasto en frutas a medida que la proporción de gastos en alimentos respecto a los gastos totales aumenta. Este efecto redundante necesariamente, de manera positiva, sobre el consumo de todas las frutas, particularmente de las uvas de mesa.

Las ventajas competitivas frente a países productores en otras partes del mundo, en donde países como Estados Unidos de América cuentan con los costos de transporte más bajos, por ende pueden competir en mejores condiciones. Un promedio del costo de autotransporte de los Estados Unidos de América es de \$ 2 USD por milla recorrida.

El productor peruano debe conocer cuál es el precio que ofrece la competencia. En cuanto a las formas de pago, se identifican tres principalmente, las cuales se muestran en la tabla a continuación. Tanto los precios como la forma de pago deben ser negociados con el comprador.

I. Comisiones

- Se fija el volumen de intercambio
- El precio queda a la oferta y la demanda
- Los costos de logística generalmente los absorbe el productor
- El importador cobra entre 8% - 10% de comisión de la venta total



2.2.3 Recomendaciones

Las uvas frescas tienen dos formas de comercializarse en México, la primera es como uva de mesa destinada a los consumidores finales y como uva para ser procesada ya sea en jugo o como vino de mesa, por lo que la estrategia de comercialización varía de acuerdo al destino. Sin embargo, el agregar valor a los productos, redundante en mejores beneficios en cuanto a las utilidades.

Los exportadores peruanos deben hacer más eficientes y rentables los procesos de transportación, de tal forma que permita encontrar esquemas de transportación que incrementen



II. Esquema mixto

- El importador realiza un pago por anticipado para ayudar al productor a cubrir costos iniciales
- A la venta final del producto, se distribuye la ganancia de acuerdo con porcentajes acordados previamente.

III. Precios fijos

- Se establece un precio fijo de garantía desde que se establece el volumen del intercambio
- Puede establecerse un pago anticipado y el resto al colocar el producto
- Los costos de logística generalmente los absorbe el productor
- Sólo funciona de manera semanal



Algunos de los requisitos fundamentales tienen que ver con que los productos cumplan requisitos de calidad, en cuestión de tamaño, peso, apariencia y etiquetado. Otros requisitos tienen que ver más con la sanidad de los productos y todo lo que está alrededor de la seguridad alimentaria. Tanto consumidores, empresarios y políticos en México, se preocupan cada vez más por disminuir los riesgos en materia de propagación de plagas y enfermedades. Por esto, las certificaciones sanitarias

en México garantizan la seguridad de los alimentos. Algunos de estos controles se relacionan con el nivel máximo de residuos, la contaminación biológica y la trazabilidad del producto. Esto último es de gran importancia y se han desarrollado varios controles con el fin de identificar todas las etapas de producción, el procesamiento y la distribución de los alimentos, sobre todo si los exportadores peruanos deciden comercializar con retailers como Wal-Mart, Chedraui, Soriana y Comercial Mexicana.

03

Distribución y Canales de Comercialización

México en este sector es un mercado semi regulado. Los grandes mayoristas e importadores se encuentran en su mayoría en las Centrales de Abasto, aunque los grandes retailers se están convirtiendo en un canal de distribución fuerte.

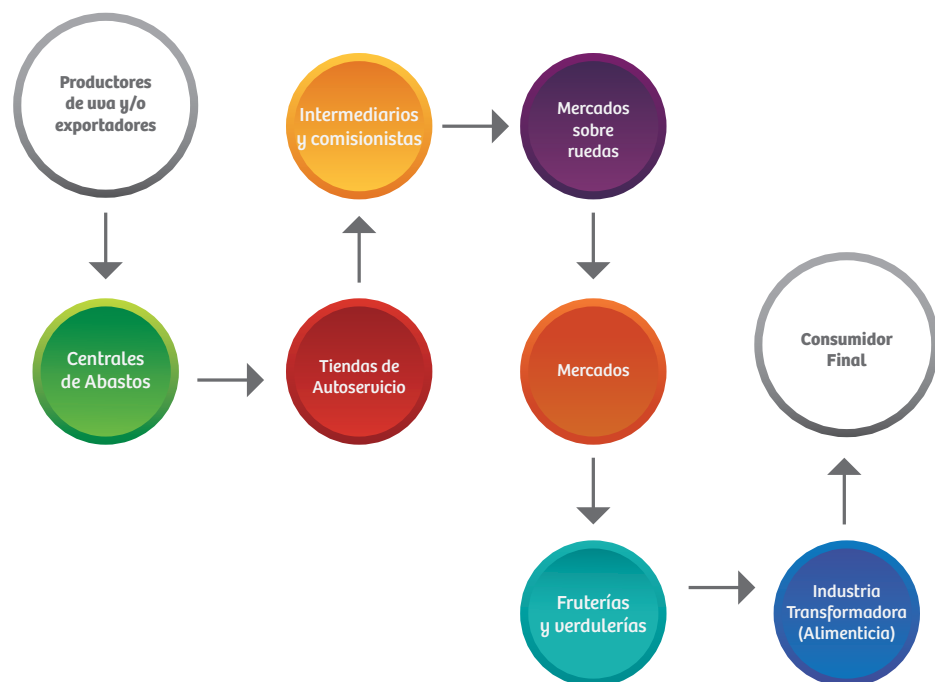
Es recomendable que la uva fresca peruana se comercialice por un medio propio, es decir, estableciendo una comercializadora que distribuya directamente el producto con la finalidad de controlar, calidad, precio, servicio y mercado. Solo a través de estos cuatro elementos diferenciadores podrá competir directamente con los canales de comercialización preestablecidos. A continuación se muestra la estructura comercial en el mercado mexicano de uva fresca:

La presentación de las uvas en tiendas supermercados es de dos formas:

- En racimos, los cuales varían en tamaño y peso.
- En pequeños contenedores plásticos (rejillas) de no más de 500 grs. de peso cada uno. Esta presentación trae las uvas sueltas y lavadas, con una película plástica que cubre el total del envase para proteger la uva del exterior.

04

Datos de Contacto de Importadores



El esquema de comercialización en México está encabezado por las Centrales de Abasto de las principales ciudades. Los locatarios de estas centrales de abasto son grandes mayoristas que rigen el mercado de precios a nivel, regional y nacional. Existen grandes esfuerzos por retailers (tiendas de autoservicio) para desarrollar proveedores directos, es decir, comprar directamente de los negocios agroindustriales. Con ello, los precios impuestos por los mayoristas han tendido a disminuir al mejorar este sistema de abasto oligárquico. Existen canales directos pero deben ser desarrollados por el comercializador, absorbiendo costos como almacenaje, transporte y sucedáneos del proceso de venta.

Grupo Bebo, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5640 0170

Casa Quintana, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5694-7761

Frutas Maya
TEL.: +52 55 5694-3620 / 5694-7695

Vidimport, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5694-9972

Fresa Mex Carlos Gutiérrez, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5600-1911

Grupo G.R. S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5694-2107

Promotora Mexicana Gaitán, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5694-3764

Garfrumex, S.A. de C.V.
TEL.: +52 55 5694-801

05

Fuentes de Información

5.1. Instituciones y Entidades

- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C.
www.antad.net
- Central de Abasto de la Ciudad de México, A.C. (CEDAAC)
<http://uneabasto.com>
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes (CANIRAC)
www.caniracnacional.com.mx
- Asociación Mexicana de Restaurantes
www.amr.org.mx

5.2. Ferias comerciales

- LATIN AMERICAN FOOD SHOW (LAFS)
www.lafs.com.mx
- Alimentaria México 2012: Feria de alimentos y bebidas
www.alimentaria-mexico.com
- International Food Technology Summit & Expo México 2012
<http://foodtechnologysummit.com>

- FIGAP Guadalajara
www.figap.com
- XXXI FERIA DEL PLATILLO MEXICANO - www.caniractijuana.com.mx

5.3. Fuentes de información Adicional

- Secretaría de Economía
www.economia.gob.mx
- Aduana México
www.aduanas.sat.gob.mx
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA-SAGARPA)
www.senasica.sagarpa.gob.mx
- Secretaría de Agricultura (SAGARPA)
www.sagarpa.gob.mx
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)
www.semarnat.gob.mx
- Secretaría de Salud (SSA)
www.salud.gob.mx
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)
www.inegi.gob.mx

Plan de Desarrollo de Mercado México



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

