

2016



Uvas Frescas



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este estudio ha sido realizado en el mercado colombiano por la consultora FESOC S.A.C., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Bogotá y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Colombia”



UVAS FRESCAS

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	22
Antecedentes	6	1.4.1. Atributos del producto peruano	22
Metodología de estudio	7	1.4.2. Percepción del producto peruano	23
01. Mercado-Descripción del Sector	8	1.4.3. Sugerencias comerciales	24
1.1. Tamaño de mercado	9	1.4.4. Análisis de la competencia	24
1.1.1. Producción colombiana	9	02. Condiciones de Acceso	26
1.1.2. Exportaciones colombianas	10	2.1. Aranceles y otros	26
1.1.3. Importaciones colombianas	12	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	27
1.1.4. Importaciones desde Perú	16	03. Canales de Distribución y Comercialización	28
1.2. Características generales	17	04. Información Adicional	31
1.2.1. Usos y formas de consumo	17	4.1. Empresas importadoras	31
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	17	4.2. Oficinas/Gremios en el mercado	33
1.2.3. Auditoría en tiendas	20	4.3. Ferias comerciales	34
1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo del producto importado	21	4.4. Links de interés	35
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	22	05. Bibliografía	36

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

Colombia cuenta con una población de 48,2 millones de habitantes¹ al 2015, donde la tercera parte de ésta se encuentra en los principales departamentos del país, como Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Atlántico y Cundinamarca (especialmente la ciudad de Bogotá).

El sector de agricultura es uno de los más importantes en la economía colombiana. En el año 2015, aportó alrededor de 6,4% del PIB, y cerca del 17% del empleo total de país. Las importaciones de la industria alimentaria han crecido durante los últimos años, de tal forma que la participación del Perú en alguna de estas importaciones también ha mejorado, junto con proveedores de otros países, como Ecuador, Chile, China y Estados Unidos, que representan la principal competencia para el Perú en el mercado colombiano.

Por su lado, las uvas frescas en Colombia tienen una significativa rotación a la hora del consumo de frutas, especialmente del producto importado, pues la producción nacional no es suficiente para satisfacer la demanda de los colombianos, los cuales están valorando las características de las uvas frescas provenientes de Chile y Perú. Actualmente, las tendencias del consumo en Colombia se han modificado drásticamente, debido a que los colombianos no solo tienen gusto por productos tradicionales, sino que también buscan un valor agregado, sumado al precio y la calidad de los productos importados.

Metodología de estudio

La metodología para la realización del presente documento se enfocó en la recopilación de datos y cifras de fuentes primarias y secundarias, a partir de estadísticas, artículos, publicaciones y documentos teniendo en cuenta un análisis cuantitativo y cualitativo.

El trabajo se divide en cinco partes. La primera parte realiza una descripción del mercado de uvas en Colombia, considerando la producción colombiana, las exportaciones y las importaciones desde

el mundo y específicamente del Perú. En segundo lugar, se encuentran las características generales del consumidor colombiano, tendencias y auditoría en tiendas. La tercera parte, tiene una descripción de las normas y requisitos para el acceso al mercado colombiano con una descripción de los canales de distribución y comercialización para las uvas frescas. Para concluir, se ofrece información de interés del exportador; la cual debe tener presente a la hora de ingresar al mercado colombiano.



¹ Proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

01

Mercado-Descripción del Sector

La industria de frutas en Colombia, durante los últimos años, ha gozado de una tendencia creciente en cuanto a la producción, siendo uno de los más representativos del comercio colombiano. El crecimiento del sector de frutas se ha fortalecido a pesar de los impactos de la recesión comercial de sus principales socios comerciales y la baja de los precios internacionales. La industria de frutas en el 2014 ha recibido impulso de factores como la mayor producción agropecuaria del país, un clima apropiado, menos problemas de orden público, las inversiones de los empresarios y un consumo de los hogares que crece a tasas del 5% anualmente.

En cuanto a las uvas frescas, su demanda ha cambiado de estructura en los últimos años, debido a que su consumo se ha potencializado en la compra de uvas importadas y la disminución en la compra de la producción interna, la cual ha bajado su oferta, debido a la competencia establecida por países de la región que están incursionando en el mercado colombiano.

Las exportaciones e importaciones de las uvas frescas que realizó Colombia para el año 2014 son las siguientes:

Tabla 1: Partida arancelaria de uvas frescas

Partida	Descripción	Valor FOB Expor. (USD)	Valor FOB Impor. (USD)
0806.10.00.00	Uvas frescas	173 059	43 416 741

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado de uvas frescas en Colombia teniendo en cuenta producción, exportaciones e importaciones totales, así como las importaciones provenientes del Perú.

1.1.1. Producción colombiana

La producción de uvas frescas en Colombia está sufriendo una transformación, destacando las importaciones, sin embargo y como consecuencia de la devaluación del peso colombiano (COP) durante los últimos 18 meses, se estima que las importaciones de este producto para el año 2016 sufrirán una importante disminución, según el Instituto Colombiano Agropecuario-ICA.

En los últimos 5 años previos a la devaluación, en el año 2010, una arroba de uva fresca de alta calidad costaba USD 19. Sin embargo, para el año 2014, una arroba de la misma calidad se comercializaba en USD 7; mientras que producirla localmente

costaba cerca de USD 12, esto se sustenta en la competencia de la uva chilena y peruana en el mercado colombiano con los productores del norte del Valle del Cauca, quienes son los principales productores del país, aunque en Colombia no existe un productor de esta fruta que destaque en la producción nacional de uvas.

Años atrás, los agricultores colombianos solían aprovechar que en Chile no había cosecha de uvas en el segundo semestre del año por lo cual tenían una ventaja en esta época del año; no obstante, para esta temporada Perú ha fortalecido su presencia en Colombia como un relevante proveedor de uva, compitiendo con la producción colombiana; por ejemplo, en el Valle del Cauca se producían alrededor de 60 toneladas diarias de uva y en diciembre la cifra lograba aumentar a 100 toneladas, pero con la llegada de las importaciones de Perú solo se producen 40 toneladas, según Rodolfo Baldión, jefe de Mercadeo de la Sociedad Alberto Aristizábal en la Unión, quien también destaca la importancia de la presencia de la producción peruana en el mercado colombiano.

El cultivo de uvas en Colombia incurre a elevados costos de materiales e insumos, debido a que (según los mismos agricultores) no reciben subsidios para proteger la cosecha en temporada de invierno, a diferencia de los productores del exterior, lo cual representa una desventaja para la competitividad en el mercado, según Pedro Londoño, representante de La Casa del Agricultor, quien además señala que los cultivos no cuentan con la maquinaria e infraestructura suficiente para la producción de dicha fruta. Sumado a esto, la oferta de uva producida en Colombia no tiene una demanda significativa en las principales plazas del país como las centrales de abasto de Popayán, Pasto, Cali, Bogotá, Barranquilla, Cartagena, Bucaramanga y Medellín; también la uva se vende para la producción de vino pero a un precio bajo.

1.1.2. Exportaciones colombianas

Durante el período entre 2010 y 2014, las exportaciones de uvas frescas colombianas presentaron una tendencia creciente, pero poco significativa. Por ejemplo, en el año 2010 se observó el flujo más bajo de las exportaciones de uvas frescas por un valor de USD 7 mil, mientras que para el año 2014 las exportaciones aumentaron llegando a obtener un valor de USD 173 mil, con respecto al año 2013.

A continuación se detallan el total de las exportaciones de uvas frescas que realizó Colombia para el período comprendido entre el año 2010 al 2014.

Tabla 2: Evolución de las exportaciones de uvas frescas

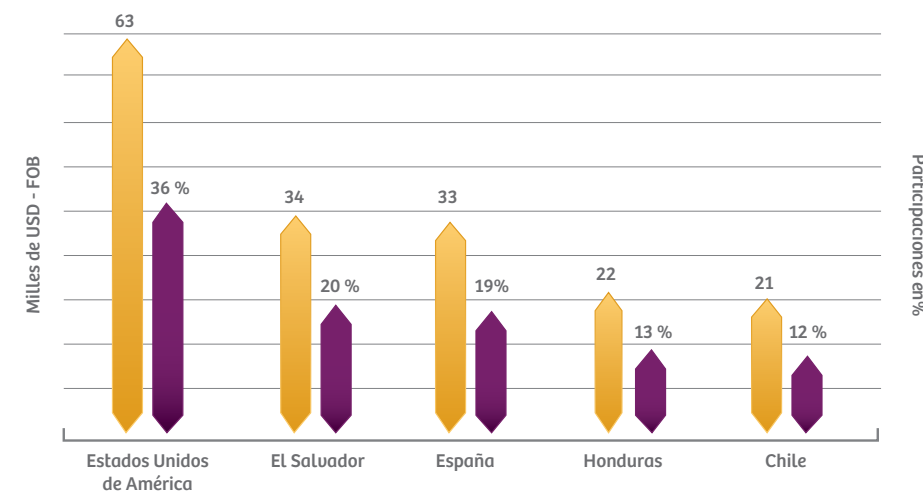
Partida	Descripción	Exportación					Variación 2014/2010	Variación 2014/2013
		Valor FOB (USD)						
		2010	2011	2012	2013	2014		
0806.10.00.00	Uvas frescas	7 124	70 912	47 888	58 449	173 680	2338%	197%

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

En el período 2010-2014, las exportaciones de uvas frescas de Colombia al mundo presentaron una variación acumulada anual superior al 2000%; asimismo, la tasa de crecimiento anual (2013-2014) fue de 197%.

Los principales países de destino de las exportaciones colombianas de uvas frescas para el año 2014:

Gráfico 1: Principales países de destino de la exportaciones colombianas de uvas frescas (2014)



Fuente: TradeMap - DIAN
Elaboración: MINCETUR

Se puede observar que para el año 2014 las exportaciones de uvas frescas tuvieron como mercados de destino a Estados Unidos (36%), El Salvador (20%), España (19%), Honduras (13%) y Chile (12%); es decir, que estos cinco países representaron el 100% del total de las exportaciones de uvas frescas realizadas por Colombia.

1.1.3. Importaciones colombianas

Las importaciones colombianas de uvas frescas durante el período comprendido entre el año 2010 a 2014 tuvo una tendencia creciente, de tal manera que para el año 2014 las importaciones de uvas

frescas se habían duplicado con respecto al año 2010. A continuación se detalla el total de importaciones de uvas frescas que realizó Colombia para el período comprendido entre el año 2010 al 2014:

Tabla 3: Evolución de las importaciones de uvas frescas

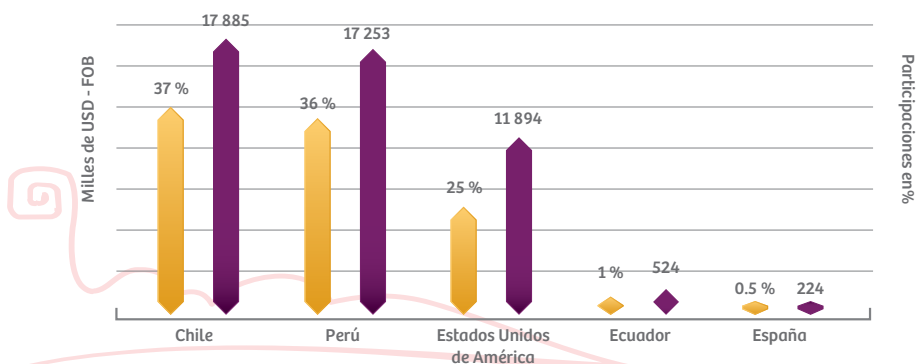
Partida	Descripción	Importación					Variación 2014/ 2010	Variación 2014/ 2013
		Valor FOB (USD)						
		2010	2011	2012	2013	2014		
0806.10.00.00	Uvas frescas	19 578 685	26 193 691	38 831 883	36 648 446	43 416 741	122 %	18 %

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

En el período 2010-2014, las importaciones de uvas frescas de Colombia del mundo presentaron una variación acumulada anual superior al 100%; aunque en el año 2013, las importaciones de uvas frescas disminuyeron ligeramente 5,6%

con respecto al año anterior (2012); no obstante, aumentaron para el siguiente año (2014) en 18,4%. Los principales países de origen de las importaciones de uvas frescas para Colombia en el año 2014, se muestran a continuación:

Gráfico 2: Principales países de origen de la importaciones colombianas de uvas frescas (2014)

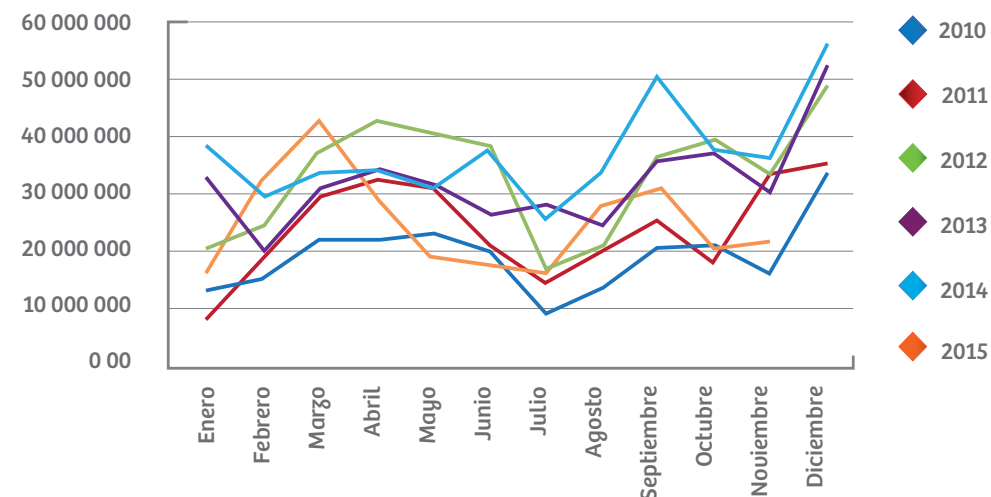


Fuente: TradeMap - DIAN
Elaboración: MINCETUR

El principal país proveedor de uvas frescas en Colombia es Chile representando el 37,6% del total de las importaciones que realizó Colombia para el 2014, consecutivamente se ubicó Perú con un 36,6%, y

posteriormente Estados Unidos, que representó el 24,2% del total de uvas frescas importadas por los colombianos. Estos tres países representaron el 97,9% del total importado por Colombia.

Gráfico 3: Histórico-estacional de la importación de uvas frescas 2010-2015



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

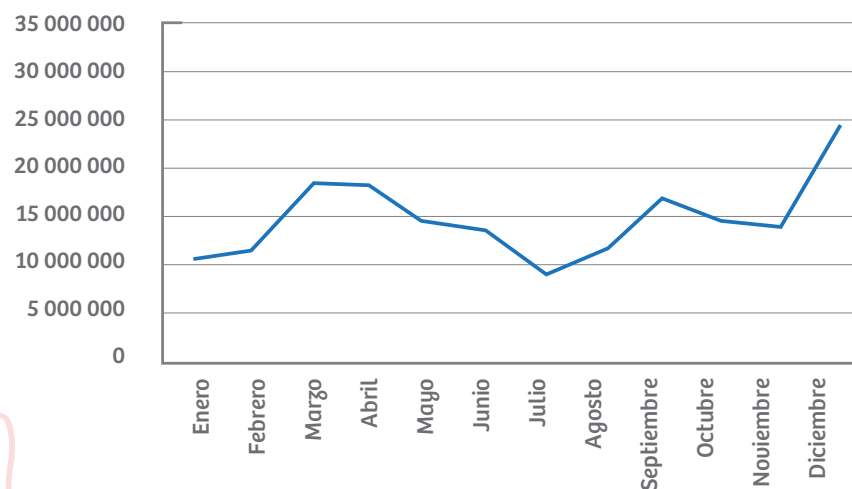
En la anterior gráfica, se puede observar que el consumo colombiano de uvas frescas importadas desde el mundo ha mostrado una tendencia de crecimiento, de tal forma que para el año 2014 se realizó el mayor consumo de este producto, excepto en el segundo trimestre.

Mientras que en el año 2015 se observa que las importaciones han caído drásticamente, en el mes de marzo se realizó la mayor importación de uvas (sin contar el

mes de diciembre, mes donde se hace la mayor compra de uvas del extranjero). Las importaciones globales de uva fresca de Colombia en el año 2015 han sido inferiores a las de los años 2012, 2013 y 2014.

Se puede concluir que entre los meses de marzo a junio y octubre a diciembre, Colombia realiza las mayores importaciones desde el mundo, según los datos reflejados en los últimos seis años.

Gráfico 4: Importaciones colombianas de uvas frescas desde el mundo durante el 2010 al 2015 (acumulado mensual)



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

Se puede observar en el anterior gráfico que Colombia del año 2010 al año 2015 importó uvas frescas principalmente en el mes de diciembre por USD 29,2 millones, seguido por el mes de septiembre con USD 19,1 millones, mientras que en el mes de marzo y abril importó un valor cercano a los USD 18,9 y USD 18,5 millones, respectivamente. Los meses en donde Colombia importó menos fue en julio y enero, meses donde se obtuvo un valor de USD 9,3 millones y USD 11,2 millones cada uno.

De lo anterior se puede concluir que el trimestre donde se realizan las mayores importaciones de uva fresca por Colombia es en el cuarto trimestre (octubre, noviembre y diciembre), período donde se importa el 31% del total del año. Seguido por el segundo semestre (abril, mayo y junio), meses en los que se importa el 26%. Por último, el trimestre donde menos se importan uvas es el tercer trimestre, período donde solo se hace el 21% del total importado como se muestra a continuación:

Tabla 4: Importaciones de uvas frescas desde el mundo (por trimestres) 2010 al 2015

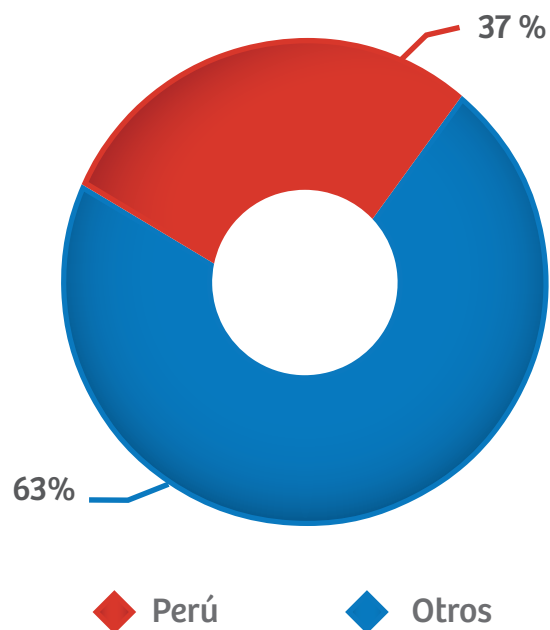
Importaciones de uvas frescas desde el mundo (por trimestres) 2010 al 2015		
Enero	11 289 634	6%
Febrero	12 847 035	7%
Marzo	18 900 373	10%
Total I Trimestre	43 037 042	22%
Abril	18 595 319	9%
Mayo	16 639 657	8%
Junio	14 950 398	8%
Total II Trimestre	50 185 374	26%
Julio	9 318 907	5%
Agosto	12 708 472	6%
Septiembre	19 184 908	10%
Total III Trimestre	41 212 286	21%
Octubre	16 302 936	8%
Noviembre	16 023 434	8%
Diciembre	29 243 069	15%
Total IV Trimestre	61 569 439	31%

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

1.1.4. Importaciones desde Perú

A continuación se muestra la participación de Perú en el total de las importaciones de uvas frescas que Colombia realizó para el año 2014.

Gráfico 5: Participación del Perú en las importaciones Globales de Colombia-uvas frescas (2014)



Fuente: Ministerio de Industria Comercio y Turismo-MINCIT
Elaboración: MINCETUR

En el gráfico anterior se puede observar que para el año 2014, Perú exportó a Colombia USD 15 880 180, que representó el 36,6% de las importaciones globales que Colombia

realizó de las uvas frescas. Es importante resaltar que Perú es el segundo proveedor de uvas frescas, detrás de Chile.

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

En Colombia, actualmente, existe una amplia oferta de variedades de uvas que se encuentran en los mercados durante todo el año. El consumidor colombiano al momento de adquirir uvas frescas busca que estén maduras, así como que la coloración de las verdes o blancas sea amarillada. Por otra parte, la piel de las uvas no debe encontrarse arrugada, ni los tallos han de presentar manchas marrones. Generalmente el consumidor colombiano adquiere racimos de uvas, las cuales se desprenden fácilmente y son los que tienen los frutos más dulces y aromáticos. Desde el punto de vista del mayorista, son mejores los racimos de frutos homogéneos y perfectamente unidos al tallo.

Gran parte de las uvas se destinan a la preparación de diferentes productos derivados, como una fruta de mesa, por lo que suelen consumirse en crudo, como postre después de la comida o acompañamiento de alguna comida. Otro importante destino de las uvas frescas es su utilización en la producción y elaboración de vinos, zumos de uvas o de mezclas con otras frutas. Por último, otra forma de consumo se da con la transformación de la uva y sus semillas, como en caramelo,

jarabe de uva, uvas en alcohol y jalea de uvas, jugos y néctares, bocadillo de uva, mermelada, aceite de semilla, yogures y pulpas de uva.

Del análisis realizado, se aprecia que las uvas frescas se pueden comprar en los siguientes tipos de establecimientos:

- Las tiendas de barrio
- Las plazas públicas de mercado
- Los supermercados/minimercados

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Descripción:

Existen diferentes variedades de uvas que presentan algunas diferencias entre ellas, como en su forma, productividad, calidad, entre otros aspectos. Atendiendo al empleo de la uva, se puede clasificar en uvas de mesa y uvas destinadas a la

producción de vino. También las uvas se especifican por el color, variedad y uso, según se aprecia en el siguiente cuadro:

Tabla 5: Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Clasificación	Tipo	Características
Según su color:	Negras	Isabella, Ribier y Barlinka,
	Rojas	Queen, Red Globe
	Verdes	It Alia
Según su uso:	Para mesa	La Italia.
	Para jugos	Queen, Ribier Y La Red Globe
	Para pulpas	La Isabella
	Para uinos	La Pinor Noir, Gewsuaminer, Riesling
	Para pasas	Lathompson Seedless
Según Variedad:	Moscatel	Es la variedad de uva de mesa debido a su succulento sabor dulce, aroma y belleza.
	Vitis Vinífera (Uva fina)	Presentan bayas grandes y carnosas. Materia prima para la fabricación de vino y otras bebidas alcohólicas.
	Vitis Labrusca (Isabella)	Se elaboran jugos, pulpas, Mermeladas y alcohol uínico.
	Sweetwater	Es una uva de mesa de piel fina, color verde y sabor moderado.
	Lambrusca	Es una variedad de vid americana. Tiene una piel dura que se retira fácilmente de la pulpa.
	Muscadina	Son frutos de color bronce y un sabor especiado y agradable.

Fuente: Banco de la República de Colombia

Especificaciones del producto

Calidad del producto: las uvas frescas se clasifican en dos clases, que son primera y "terciada".

- Uva de primera: uva de grano grande, negro, racimo parejo, no ralo, dulce.
- Uva terciada: combina alrededor del 35% de primera con otra uva de menor calidad en tamaño y densidad del racimo.

Tabla 6: Formas de presentación

Cajas de madera o plástico	La presentación actual consiste en cajas de madera con forros de papel que se ofertan como si tuvieran un peso promedio de 6 a 7 kg, aunque se estima que el peso es de alrededor de 5,5 a 6 kg. Existe una serie de normas para los envases, los cuales deben tener una certificación de haber sido sometidos a un tratamiento térmico. Este empaque va dirigido para la distribución en tiendas y supermercados.	
Recipientes de plástico	Esta forma de presentación es una de las más utilizadas por los supermercados y tiendas para la venta directa. Debido a que el consumidor colombiano prefiere llevar su producto en una bandeja de plástico, la cual protege al producto y es reutilizable.	
Cajas de cartón	Las cajas debidamente procesadas y listas para su uso cuentan con un sellado y número de registro, pues esta presentación es utilizada para exportación.	
Bolsas de plástico	Esta presentación es una de las formas más utilizadas para la venta directa al consumidor, es práctica y resistente para trasladar el producto. Asimismo, a la hora de la selección del producto, permite al consumidor observar fácilmente la calidad de este.	

Fuente: Gerencia regional de Agricultura- Segundo Agustín Vergara (2010), imágenes tomadas de la página oficial de algunos almacenes y supermercados de alimentos, como Almacenes Éxito, Olímpica.

1.2.3. Auditoría en tiendas

A continuación se detallan la forma de presentación y los precios en la auditoría de tiendas realizada:

Tabla 7: Auditoría en tiendas

Empresa	Segmento	Precio (USD)	Forma de presentación
Almacenes Éxito	Frutas y verduras	USD 1,0	Bandeja de Uva Isabella - 500 g
	Frutas y verduras	USD 4,1	Uva Roja Sin Semilla – 1 kg
	Frutas y verduras	USD 2,6	Uva Champaña – 800 g
	Frutas y verduras	USD 1,8	Uva Red Globe Importada. Granel 0,57 kg
	Frutas y verduras	USD 2,3	Uva Red Globe Nacional 800 g
	Frutas y verduras	USD 2,6	Uva Queen 800 g

Fuente: MINCETUR a partir de las visitas a tiendas especializadas.

En la auditoría que se realizó, se encontró que en el mercado colombiano el 75% de uvas son importadas; de este porcentaje el 80% son importaciones provenientes de Chile y el restante de Perú, es decir, que en Colombia es más frecuente la comercialización de la uva chilena durante todo el año; a pesar que los registros muestran que de Chile se importa el 37% y de Perú el 36%, se estima que la época donde más se importa la uva peruana es en los últimos meses del año, y es el momento en donde Perú iguala el flujo de Chile. La uva chilena tiene mayor presencia y

rotación en los mercados, debido a que la encontramos en los mercados colombianos durante todo el año; asimismo, la mayoría de uvas chilenas son grandes, jugosas y sin semilla.

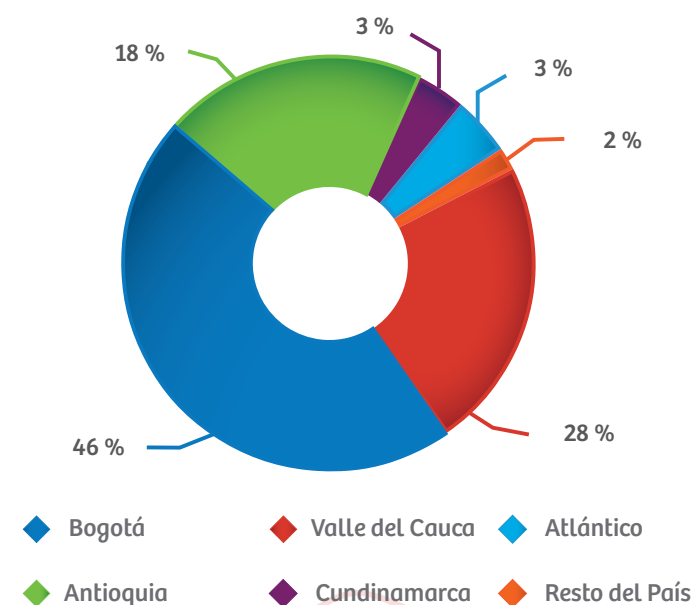
En los principales sitios de comercialización de uva en Colombia se encontró que el 80% de la oferta es la uva roja (red globe), seguido de la verde (Lathompson Seedless) y la negra (Isabella) con una participación del 10% cada una, esta última variedad de uva es de producción colombiana, es pequeña y con semilla.

1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo del producto importado

Los principales mercados en Colombia para las uvas frescas provenientes del exterior están concentrados en las siguientes zonas del país: Bogotá con un participación del 46%, seguido de Valle

del Cauca con 27,8%, Antioquia con 18,5% y Cundinamarca con 3%; Las anteriores zonas importaron un valor de USD 19,9 millones, USD 12 millones, USD 8 millones y USD 1,2 millones, respectivamente.

Gráfico 6: Lugares de mayor consumo de uvas frescas importadas en Colombia en 2014



Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Elaboración: - MINCETUR

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Actualmente, Colombia es un país en vías de desarrollo, que tiene una clase media (estratos tres y cuatro) que constituye cerca del 45% del total de la población, seguido por los estratos uno y dos con un 16% y 29% respectivamente, lo que demuestra que la población tiene un crecimiento de consumo y de poder de compra en los alimentos, y en la demanda de uvas frescas importadas especialmente de Chile y Perú, que está aumentando su presencia en el mercado colombiano. Los estratos 1, 2 y 3 corresponden a estratos bajos que albergan a los usuarios con menores recursos, los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios; los estratos 5 y 6 corresponden a estratos altos que albergan a los usuarios con mayores recursos económicos, los cuales deben pagar sobrecostos (contribución) sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios. El estrato 4 no es beneficiario de subsidios, ni debe pagar sobrecostos, paga exactamente el valor que la empresa defina como costo de prestación del servicio.

El consumidor colombiano está incorporando a su dieta alimentos sanos y saludables, por lo que la compra de frutas y verduras forman parte importante de la canasta de alimentos. El consumo de uvas en Colombia no es estacional, ya que en cualquier fecha del año es normal que un colombiano compre uvas; sin embargo,

en el último día del año es donde se hace la mayor compra de dicho producto, pues por tradición muchos hogares colombianos tienen en sus casas uvas frescas.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

Para analizar las ventajas de las uvas frescas que produce Perú, se analizarán cuatro aspectos:

- Atributos del producto peruano
- Percepción del producto peruano
- Sugerencias comerciales
- Análisis de la competencia

1.4.1. Atributos del producto peruano

En los últimos cinco años, Perú se ha consolidado como un importante país proveedor de uvas, debido a que la uva peruana tiene características especiales. Un ejemplo de ello es la uva Italia que tiene una alta calidad, buena textura y tamaño, además posee una gran diversidad de clases, tales como: la uva Italia negra, blanca y la rosada. Por su parte, la uva red globe de Perú es una variedad de uva de tamaño grande, con forma elipsoide globosa, piel gruesa y consistente, de color violáceo, muy vistoso con una pulpa especialmente carnosas y jugosa, que permite tener un carácter diferenciador frente a las uvas colombianas y/o importadas.

1.4.2. Percepción del producto peruano

Los principales distribuidores y comercializadores de uvas en Colombia reconocen y aprecian las bondades de las uvas peruanas. Por ejemplo, las uvas producidas en Ica se caracterizan por tener sabor suave y agradable, es más fina, cálida y elegante en aromas, que distingue la calidad de dicho producto peruano.

La uva peruana es cada vez más carnosas y no tan jugosa, siendo una particularidad diferenciadora de las otras uvas importadas y producidas localmente, esto demuestra que la oferta peruana para esta fruta está en constante evolución, tanto en calidad, como en mejora. Asimismo, se debe considerar que la temporada

peruana de uvas frescas se inicia en el mes de octubre, y culmina entre los meses de enero y febrero, lo que permite abastecer al hemisferio norte en esta época del año. En comparación con las uvas importadas que ingresan a este país, la californiana es más suave, dulce y clara, denominada en el ámbito comercial RG1. La uva chilena se acerca mucho a la californiana RG1 o RG 1.5 No obstante, la uva peruana ha mejorado bastante, según algunos importadores. La de Ica, por ejemplo, se acerca a la categoría RG2. La de Piura es más oscura y de sabor no tan dulce que el embalaje de la fruta es bueno, por lo cual llega en buenas condiciones.



1.4.3. Sugerencias comerciales

Las uvas frescas del Perú tienen una producción en crecimiento en el ámbito internacional. Por ello, a continuación se plantean algunas sugerencias para los exportadores peruanos, a fin de fortalecer su presencia en los mercados internacionales, especialmente en el mercado colombiano:

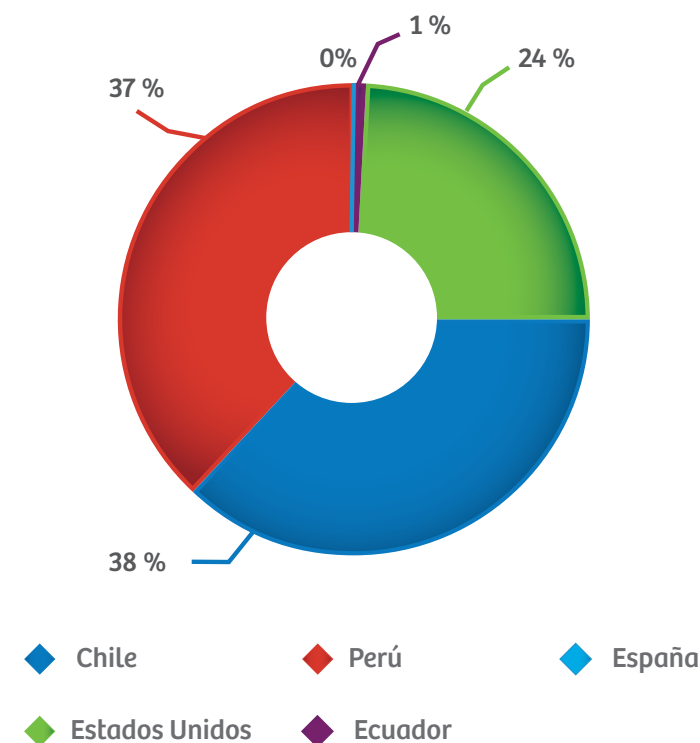
- » Incentivar la realización, promoción y asistencia a las diferentes ferias del sector alimentos que se realizan en Perú y Colombia, lo que permitirá dar a conocer a los compradores colombianos el valor agregado de las diferentes variedades del producto peruano (uvas frescas), sin relegar los gustos y preferencias del consumidor, así como para efectuar una prospección del mercado con miras a su ingreso o afianzamiento en el mercado.
- » El exportador debe utilizar los diferentes medios de comunicación para dar a conocer el producto peruano (uvas frescas), dado que mercado colombiano se caracteriza porque es muy visual, es decir que los colombianos utilizan los medios para tomar decisiones frente a su consumo, el cual se ha venido modificando en busca del bienestar y la salud.
- » Perú debe aprovechar su importante ventaja de producir uvas durante todo el año, lo que lo convierte en un importante competidor frente a los demás países exportadores como Estados Unidos, la Unión Europea, China, Chile y México, especialmente para los primeros cinco meses del año.

- » El exportador peruano debe invertir en marketing realizando publicidad y participando en ferias del sector para dar a conocer las particularidades de la uva peruana e incentivar su consumo. A la vez que deberá realizar la ejecución de actividades y estrategias por medio de la participación de los exportadores peruanos en misiones comerciales de alimentos, con la finalidad de que conozcan el comportamiento de las uvas frescas en el mercado colombiano, ofreciendo su producto y conociendo los requerimientos de los importadores.
- » El exportador peruano deberá realizar visitas a sus clientes para atender oportunamente sus inquietudes y resolverlas conjuntamente.

1.4.4. Análisis de la competencia

A continuación se muestra un gráfico donde se señala la competencia de Perú en el total de las importaciones de uvas frescas que Colombia realizó para el año 2014. El Perú podría aprovechar su capacidad para exportar uvas frescas durante todo el año para así venderle a Colombia durante los primeros meses debido a la disminución de producción de los demás países exportadores. Es importante resaltar que para aprovechar esta ventaja es necesario manejar costos accesibles para el consumidor final, dado que la devaluación del peso colombiano (COP) ha mermado en la decisión de compra del colombiano, quien tomará en cuenta no solo la calidad de la uva, sino también el precio.

Gráfico 7: Competencia para Perú en uvas frescas (2014)



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo -MINCIT
Elaboración: MINCETUR

En el gráfico anterior se puede inferir que en el año 2014 del total de las importaciones realizadas por Colombia de uvas frescas, que fue de USD 43,4 millones, la principal competencia de Perú fue Chile, cuya participación es del 38%, seguido

por Estados Unidos con un 24%, con un valor de USD 16,3 millones y USD 10,5 millones respectivamente. Es importante resaltar que las exportaciones de Chile y Perú a Colombia en el año 2014 solo tuvieron una diferencia de USD 438 633.

02

Condiciones de Acceso

2.1. Aranceles y otros

En el siguiente apartado se analizará el régimen de importación, los aranceles, los requisitos del comprador y las barreras, estándares y normas. Para la elaboración de este apartado se tomaron datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), que es la entidad en

Colombia encargada de regular los flujos comerciales de este país. A continuación se encuentra el link de la página web de la DIAN: www.dian.gov.co/. Se recomienda la visita de esta página web antes de iniciar cualquier actividad de comercialización hacia Colombia.

Tabla 8: Aranceles y otros

Régimen de Importación	
Nivel Nomenclatura	Código
Arancel Integrado Andino (ARIAN)	0806.10.00.00
Grauamen	15%
IVA	0%
Grauamen por Acuerdos internacionales	0% , por el Acuerdo de Cartagena
Régimen de comercio	Libre importación
Índice Alfabético	Uvas frescas
Documentos Soporte	Documento de Requisitos Fitosanitarios de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario- Obligatorio
	Visto Bueno - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos-Obligatorio (INVIMA)
Descripción de Mercancía	Nombre

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Para que las uvas frescas califiquen como originarias dentro del territorio de Perú o Colombia y de ese modo puedan beneficiarse de las preferencias arancelarias que otorga la Comunidad Andina, se deberá cumplir con ciertos requisitos de origen.

Las uvas frescas al ser exportadas sin añadirseles algún material o insumo procedente de terceros países, no pasan por un proceso de fabricación o transformación por el cual se le ha añadido valor. Según el art. 1 de la Decisión 416 de la Comunidad Andina II, estos productos calificarán como originarios bajo el criterio de "íntegramente producido", si fueron extraídos, cosechados.

Para mayor información en relación a normas de origen en la Comunidad Andina, visitar la dirección web: www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/can/decision_nro_416.pdf



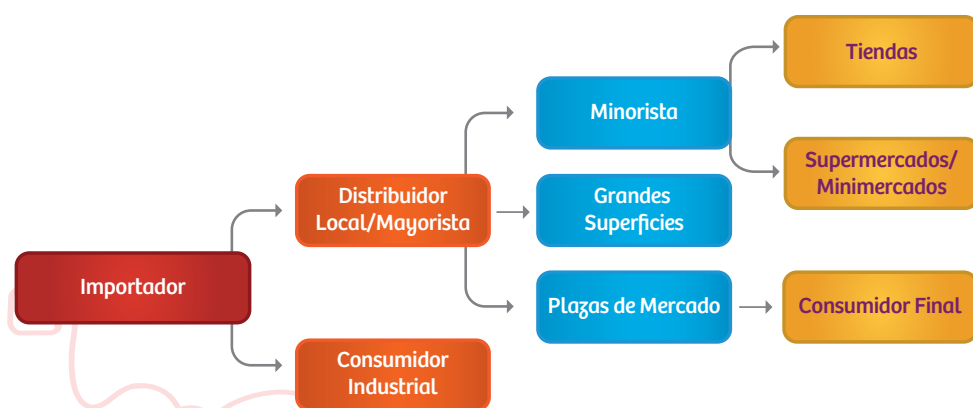
03

Canales de Distribución y Comercialización

En Colombia existen varios canales de distribución; su selección dependerá de las características de las uvas, el tipo de cliente y la cadena logística que se aplique al momento de realizar la exportación. En general el canal de distribución está

definido por varios intermediarios: importador, mayorista de origen, distribuidor minorista y el consumidor industrial, quienes desarrollan y establecen un contacto por medio de un canal, para llevar la fruta hasta el consumidor final.

Gráfico 8: Canales de comercialización y distribución de uvas frescas



Elaboración: MINCETUR

El canal de distribución cuenta con varios agentes que intervienen en el proceso de comercialización de uvas frescas, inicia con el importador que distribuye las uvas al consumidor industrial y al distribuidor local (mayorista), este último a su vez lo comercializa a los minoristas (tiendas, supermercados y/o mini mercados), grandes superficies y plazas de mercado; establecimientos que son los principales lugares de compra de uva por los colombianos.

A continuación se describe a los intermediarios partícipes del canal de comercialización y distribución de uvas frescas al mercado colombiano:

- » **Representantes/Agentes:** poseen conocimiento especializado (producto, mercado, exigencias, precios y competencia). En cuanto a su modo de trabajo, cobra comisiones y se dirigen a cadenas de supermercados y grandes distribuidoras (algunas compran directamente).
- » **Distribuidor (importadores / distribuidores):** importa mercadería y la revende a clientes minoristas. El exportador no influye sobre el precio final tampoco sus estrategias de promoción del producto ofrecido.
- » **Minoristas:** generalmente, son empresas pequeñas con recursos económicos no significativos, no acceden fácilmente al otorgamiento de crédito, tienen existencias limitadas de mercancías, no existen intermediarios y su orientación es dirigirse al consumidor final.

» **Mayorista:** empresas grandes con capital y recursos elevados, cuenta con su propia fuerza de ventas y publicidad con promociones, otorga créditos y su orientación es dirigirse al minorista y consumidor final.

» **Consumidor industrial:** representado principalmente por los fabricantes de vino, quienes cuentan con información especializada y su labor de compra está bien estructurada. Utilizan sofisticadas técnicas de compra con los proveedores, permitiendo que sus decisiones de compra estén sustentadas en decisiones que impactan positivamente en sus negocios. Se orientan o dirigen al consumidor final y a las cadenas de supermercados.

Cabe resaltar que Colombia prácticamente no tiene producción de uva, por lo que las empresas productoras de vino importan mosto de uva y lo fermentan, añadiéndole alcohol; el resultado es de una menor calidad, pero esta situación está cambiando. En la actualidad, existe un gran proyecto llamado el Consorcio del Sol de Oro, que reúne a más de 70 familias de 16 municipios boyacenses con 250 000 plantas de uva.

El altiplano cundiboyacense, comenzó a producir vinos desde 1998 y hoy tiene más de 38 000 plantas que producen 5 000 litros cada vendimia.

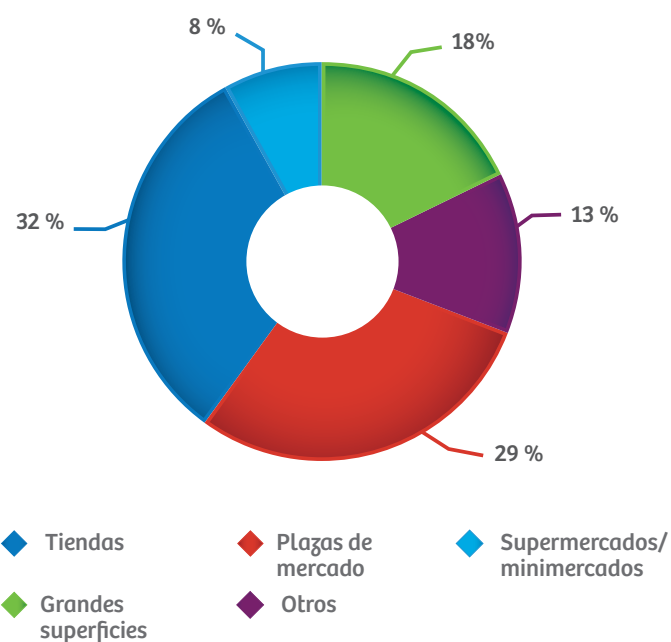
04

La comercialización de uvas en Colombia

Las tiendas son consideradas como el canal tradicional que concentra el 32% de las ventas de uvas en Colombia. El consumidor colombiano está acostumbrado a adquirir la uva roja (red globe), seguido de la verde (Lathompson Seedless) y la negra (Isabella). Los supermercados tienen

la menor participación en el mercado, teniendo en promedio una contribución en las ventas de alimentos del 8%, las plazas de mercado tienen una participación del 29%, y el canal moderno (almacenes de cadena) un 18%.

Gráfico 9: Comercialización de uvas frescas en Colombia 2014



Fuente: MINCETUR a partir de las visitas a sitios de comercialización de uvas frescas

El colombiano, por lo general, tiene una estructura de consumo determinada por el nivel de ingreso, la oportunidad de

adquirir productos, capacidad de crédito, razón de compra y poder de marca.

Información Adicional

4.1. Empresas importadoras

A continuación se encuentran las principales empresas importadoras de uvas frescas en Colombia para el año 2014:

Tabla 9: Empresas importadoras

N°	NIT (RUC)	Empresa	Contacto	Ciudad
1	805000929	IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES FENIX S A S	www.imporfenix.com	Valle del Cauca
2	900400979	FRUTERA DEL LITORAL COLOMBIA S.A.S.	--	Bogotá
3	890900608	ALMACENES EXITO S A	www.grupo-exito.com	Envigado
4	830045768	FRUTICOLA COMERCIAL PANAMERICANA S A EMA FRUTCOM	www.asifrut.com	Bogotá
5	805027111	FRUTICOLA DE COLOMBIA S.A.	www.fruticoladecolombia.com	Barranquilla
6	900181336	LA CALERA COLOMBIA S A	--	Bogotá
7	891300830	VIGOMEZ S. A.	--	Medellín
8	805028934	JEICY FRUIT S.A.	www.imporfenix.com	Cali
9	900013025	FRUANDINA LTDA	www.fruandina.com	Cota

N°	NIT (RUC)	Empresa	Contacto	Ciudad
10	830012212	MAXIFRUTAS LTDA	--	Bogotá
11	900436579	DELFRUT SAS	www.delfrut.com	Bogotá
12	900231101	DISTRIBUIDORA DE FRUTAS SANTA CLARA S.A.S.	www.asifrut.com	Itagüí
13	890107487	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A.	www.olimpica.com.co	Bogotá
14	832005617	SURTIFRUEVER DE LA SABANA LTDA	www.surtifruver.com	Bogotá
15	900451652	INTERNATIONAL FRESH PRODUCES S.A.S	--	Bogotá
16	804014806	SOFRUEVER S.A.S	--	Santander
17	900578801	FRIGORIFICO DE LA COSTA NORTE S.A.S.	www.alfresco.com.co	Barranquilla
18	900060047	GREENTROPIC C.I. SOCIEDAD ANONIMA	--	Valle del Cauca
19	830049429	THE FIRST FRUIT S A S	--	Bogotá
20	900527198	SWEET FRUIT SAS	--	Bolívar
21	900534185	COMERCIALIZADORA LA GRAN MANZANA S.A.S.	--	Bogotá
22	900658945	THE BEST FRUIT S.A.S.	--	Bogotá
23	900155107	CENCOSUD COLOMBIA S.A.	www.cencosud.com.co	Bogotá

Fuente: Listado de Importadores 2014-MINCIT

4.2. Oficinas/Gremios en el mercado

Tabla 10: Oficinas/Gremios en el mercado

Oficina/ Gremio	Ubicación	Teléfono	Web
ASOHOFRUCOL Asociación Hortifructícola de Colombia	Cra 10 No. 19-45 Piso 9, Bogotá	Tel: (571) 281 0411 / 281 0113 / 281 0116 / 281 0125	www.asohofrucol.com.co
SAG Valle Sociedad de Agricultores y Ganaderos del Valle del Cauca	Avenida 4 A Norte No. 45 AN – 12, Santiago de Cali	Tel: (571) 665 7121 / 24	www.sagvalle.org
FINAGRO Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario	Dirección: Cra. 13 No. 28-17 pisos 2, 3,4 y 5, Bogotá, D.C	Tel: (571) 595 3522	www.finagro.com.co
CORPOICA Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria	Km 14 Vía Mosquera, Bogotá	Tel: (571) 422 7300	www.corpoica.org.co
SAC Sociedad de Agricultores de Colombia	Carrera 7 N° 24 - 89 Torre Colpatria, Oficina 4402, Bogotá	Tel: (571) 241 0035	www.sac.org.co
INCODER Instituto Colombiano de Desarrollo Rural	Calle 43 No. 57 – 41, Bogotá	Tel: (571) 383 0444 Ext 1124	www.incoder.gov.co
CCI Corporación Colombiana Internacional	Calle 16 N° 6 - 66, Bogotá	Tel: (571)344 3111	www.cci.org.co
BANCO AGRARIO DE COLOMBIA	Carrera 8 No. 15-42 Piso 9, Bogotá	Tel: (571) 594 8500	www.bancoagrario.gov.co

4.3. Ferias comerciales

A continuación se detallan las principales ferias comerciales que se realizan en Colombia:

Tabla 11: Ferias comerciales

Feria	Sector	Descripción	Fecha	Enlace de Interés
Agropacífico	Agro	Feria de nuevos productos y servicios del sector de agricultura y de los animales	Junio	---
Agroexpo	Agro	Feria de oferta agrícola, pecuaria y agroindustrial	Julio	www.agroexpo.com
Expo Agrofuturo	Agro	Evento académico y de negocios más importante del sector agropecuario de Colombia, con el objetivo de promover el desarrollo del sector agropecuario, a través de un nuevo AGRO, rentable, productivo y con visión empresarial, basado en tres pilares fundamentales: innovación, conocimiento y sostenibilidad.	Agosto	www.expoagrofuturo.com
Alimentec	Agro	Es el evento más representativo de la industria alimenticia colombiana, reúne la industria nacional e internacional, ofrece el marco propicio para negociar y establecer contactos comerciales.	Junio	www.feriaalimentec.com

4.4. Links de interés

- Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Turismo de Colombia
www.mincit.gov.co
- Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)
www.ica.gov.co
- Revista Alimentos
www.revistaialimentos.com.co
- IICA Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
www.iica.int/Esp/Paginas/default.aspx
- Cámara de Comercio de Bogotá
www.ccb.org.co
- Ministerio de la Agricultura
www.minagricultura.gov.co
- Superintendencia de Industria y Comercio
www.sic.gov.co
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)
www.fenalco.com.co
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
www.dian.gov.co
- Banco Colombiano de Exportaciones (BANCOLDEx)
www.bancoldex.com
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística
www.dane.gov.co
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia
www.andi.com.co
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)
www.invima.gov.co
- Pro Colombia
www.procolombia.co

05

Bibliografía

- » DANE (Departamento Nacional de Estadística): tiene la responsabilidad de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas únicas oficiales, que se distribuyen a nivel nacional y para organismos internacionales. www.dane.gov.co
- » Proexport: entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales de Colombia, brindando apoyo a los empresarios nacionales en sus actividades de internacionalización. www.proexport.com.co
- » BACEX: banco de Datos de Comercio Exterior y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones de Colombia. Disponible en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. www.bacex.mincit.gov.co
- » DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): entidad encargada de administrar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras; vigila y controla las operaciones de cambio de competencia de la DIAN y facilita las operaciones de comercio exterior. www.dian.gov.co
- » Arancel Armonizado de Colombia.
- » Diario económico, empresarial y financiero LA REPUBLICA. www.larepublica.co
- » EL TIEMPO: periódico colombiano de mayor circulación. www.eltiempo.com
- » Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: www.mincit.gov.co
- » TLC: www.tlc.gov.co
- » Confecámaras: www.rues.org.co
- » “La Uva de exportación” Revista de Alimentos. Para más información: www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion-10/perfiles-4/isabella-la-uva-de-exportacion.htm
- » “The effect of pruning on production and fruit quality of Vitis vinifera L. ‘Cabernet Sauvignon’ in Sutamarchán (Boyacá, Colombia).
- » Agronet. 2011. Estadísticas por productos y departamentos. Uva 2011. En: www.agronet.gov.co/www/htm3b/ReporteSAjax/VerReporte.aspx; consulta: mayo de 2012
- » Almanza, P., P. Serrano y G. Fischer. 2012. Manual de viticultura tropical. Grupo Imprenta y Publicaciones UPTC, Tunja, Colombia.

2016



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo