

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en  
Miami**OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MIAMI****FICHA MERCADO PRODUCTO  
UVAS FRESCAS****1. Nomenclatura arancelaria**

080610

**2. Denominación o nombre comercial en el país de destino**

080610 Grapes, Fresh

**3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)**

Para la exportación de alimentos a EE.UU. se debe cumplir con los siguientes requisitos básicos:

- Registro de instalaciones alimenticias – FDA (Food and Drugs Administration)
- Notificación previa de alimentos importados – FDA
- Certificado de Origen
- Factura Comercial

Según el Sistema Armonizado de Aranceles de Estados Unidos, los envíos de uvas frescas desde Perú están exentos del pago del arancel aduanero.

De acuerdo con el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), las uvas están sujetas a un permiso de importación (Import Permit), y los envíos están sujetos a inspección en los puertos de entrada de acuerdo con los requisitos generales que figuran en el § 7 CFR 319,56-3 que son aplicables a la importación de todas las frutas y verduras.

La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos de APHIS en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de uvas arribe en el puerto de entrada.

El Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA) establece regulaciones y protocolos para la importación de la uva de mesa a los Estados Unidos. Todas las uvas, a excepción de las variedades especificadas a continuación, deben ser inspeccionadas y certificadas para cumplir con los requisitos mínimos de calidad, tamaño y madurez antes de su importación. El costo de la inspección y certificación es pagado por el solicitante. Toda uva de mesa de la especie Vinífera tiene que cumplir con estas reglas establecidas para el periodo desde el 10 de abril al 10 de julio cada año.

El grado o calidad, deberá ser como mínimo "U.S. No. 1 Table" o "U.S. No. 1 Institutional grapes", que consisten en racimos de uvas bien desarrolladas, de apariencia uniforme, y que cumplan con requisitos específicos sobre madurez, firmeza, tolerancia y libres de daños, entre otros. El tamaño corresponde a un diámetro mínimo de la uva de entre 9/16 pulgadas (1,43cm) a 10/16 pulgadas (1,59cm), según la variedad.



La tolerancia será del 33 por ciento en lugar del 4 por ciento como se requiere para cumplir con el grado institucional n.º 1 de EE. UU. Las uvas que cumplan con estos requisitos de calidad no se marcarán como "Paquete institucional", pero pueden estar marcadas como "DGAC No. 1 institucional". Además, las uvas de grado de mesa No. 1 de EE. UU. Pueden empacarse en paquetes individuales para el consumidor que contienen 5 libras peso neto o menos; siempre que no más del 20 por ciento del peso de dichos contenedores pueda consistir en racimos individuales que pesen menos de un cuarto de libra, pero con al menos cinco bayas cada uno.

Casos concretos son los de la variedad uva "Perlette", que además de cumplir con los estándares anteriores, deberá tener un tamaño mínimo de la uva de 1,59 cm. De igual manera, la uva "Flame Seedless" también debe cumplir con las mismas reglas y tamaño que la uva Perlette y además con una madurez específica: será considerada madura si el jugo contiene no menos de 15% de sólidos solubles que son iguales o en exceso de 20 partes a cada parte de ácido contenida en el jugo.

Las regulaciones de importación de uva no aplican a las siguientes variedades:

- Almeria
- Alphonse Lavelle
- Barlinka
- Bien Donne
- Bonheur (Bonnoir)
- Calmeria
- Christmas Rose
- Dauphine
- Emperador
- Italia Pirovano (Blanca Italia)
- Kyojo
- La Rochelle
- Muscatel
- Queen
- Ribier
- Rouge
- Sonita
- Tokay
- Waltham Cross

Los estándares están disponibles en el enlace <https://www.ams.usda.gov/grades-standards/table-grapeseuropean-or-vinifera-type-grades-and-standards>, y las tolerancias aquí: <https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2005-title7-vol2/pdf/CFR-2005-title7-vol2-part51-subpart-id1790-subjectgroup-id1798.pdf>

- U.S. Extra Fancy: Tabla consta de racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad.
- U.S. Extra Fancy Export: consiste en uvas que cumplen con los requisitos de U.S. Extra Fancy Table y, además, cumplen con los requisitos de empaquetado establecidos en §51.912.
- U.S. Fancy Table: consta de racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son al menos razonablemente bien coloreadas, de apariencia uniforme.
- U.S. Fancy Export consiste en uvas que cumplen con los requisitos de U.S. Fancy Table, excepto que los racimos deben pesar no menos de media libra y además cumplir con los requisitos de empaque establecidos en §51.912.
- U.S. No. 1 Table consiste en racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son por lo menos bastante bien coloreadas, uniforme en apariencia cuando así se especifica en relación con el grado.
- U.S. No. 1 Institutional grapes: Deben tener no menos del 95 por ciento de los envases en el lote marcado de manera legible como "Paquete institucional". Otros requisitos para este grado incluyen uvas que consisten en racimos de uvas bien desarrolladas de una variedad, excepto cuando se designan como variedades variadas, que son al menos bastante bien coloreadas, uniforme en apariencia cuando así se especifica en relación con el grado.
- Perlette: deberá cumplir con los requisitos de grado y tamaño enumerados anteriormente, excepto que el tamaño mínimo de la baya será de diez dieciseisavos de pulgada (1.59 cm).



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

- **Flame Seedless:** Deberá cumplir con los requisitos de grado y tamaño enumerados anteriormente, excepto que el tamaño mínimo de la baya será de diez dieciseisavos de pulgada (1.59 cm) y la madurez será la especificada en la columna de madurez de esta fila. Las uvas flameadas sin semillas se consideran maduras si el jugo contiene no menos del 15% de sólidos solubles que son iguales o superiores a 20 partes por cada parte de ácido contenido en el jugo.

Las uvas de mesa que no cumplan con las regulaciones establecidas por USDA pueden ser: (1) exportadas, (2) desechadas bajo la supervisión del Programa Federal de Inspección o el Programa Federal-Estatal de Inspección con el importador asumiendo los costos de certificar la disposición, (3) desviadas al procesamiento de jugo utilizando el formulario FV-6, o (4) reacondicionadas y regresadas al punto de inspección sin la porción fallida.

Los importadores de uva de mesa deben hacer los arreglos necesarios para la inspección y certificación al menos un día antes de su entrada a las oficinas de inspección en el puerto, dos días antes de su entrada a las oficinas regionales y tres días antes de su entrada a la oficina central de Washington.

Para más información sobre las regulaciones de importación de uva se puede consultar el siguiente enlace: [https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=4c0434f92c86fda5b022d737960bb927&mc=true&node=se7.8.944\\_1503&rgn=div8](https://www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=4c0434f92c86fda5b022d737960bb927&mc=true&node=se7.8.944_1503&rgn=div8)

### Tratamiento

Adicionalmente, las uvas de Perú deben seguir un tratamiento frío denominado T107-a-1 antes de llegar a Estados Unidos, siguiendo las siguientes instrucciones como condición de entrada:

Temperatura	Tiempo de exposición
<b>34 ° F (1.11 ° C) o menor</b>	15 días
<b>35 ° F (1.67 ° C) o menor</b>	17 días

En caso de que este tratamiento no se llegue a completar o cuente con alguna falla, las uvas que lleguen a Estados Unidos deberán ingresar por puertos ubicados al norte de la latitud 39° y al este de la longitud 104°; o a través de puertos que cuenten con instalaciones aprobadas para realizar tratamiento en frío.

Una vez la mercancía ha cumplido con el tratamiento, deberá ser inspeccionada para su verificación. La Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (Customs and Borders Protection-CBP) del Departamento de Seguridad Nacional (Department of Homeland Security) de los Estados Unidos es la encargada de aplicar los reglamentos de APHIS en los puertos de ingreso y de realizar la inspección cuando el envío de uvas arribe en el puerto de entrada.

Para mayor información sobre esta reglamentación se puede consultar el siguiente enlace: [https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED\\_ID=8264](https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?action=cirReportP&PERMITTED_ID=8264)

Las normas establecidas requieren que estos productos frescos entren al país por puertos ubicados por encima de la latitud 39°, siguiendo unos requerimientos cuyos puntos más destacables son:



- Certificación de las instalaciones de refrigerado de frutas y vegetales, que necesitará renovarse cada tres años, o cuando APHIS considere necesario. Estas instalaciones deberán cumplir con los requisitos de temperatura para las frutas y pulpas.
- Las frutas y vegetales deberán ser pre-enfriados y refrigerados antes o después de su llegada a EE.UU., siguiendo las indicaciones de la regulación. En caso de que no hayan sido tratados antes de su ingreso en el país, deberá realizarse el tratamiento en frío en plantas locales aprobadas por un administrador.
- Los procedimientos a seguir serán vigilados, controlados y asesorados por un oficial autorizado por APHIS. Además, gestionará la aprobación de los equipos usados para el tratamiento.
- Se aplicarán requisitos adicionales tras la llegada de la mercancía a los diferentes puertos o aeropuertos de EE.UU.

Sin embargo, desde 2013, APHIS autorizó un programa para determinados productos con origen en países específicos, entre los que encuentran las uvas, arándanos y cítricos peruanos, para que pudieran ingresar al país por puertos por debajo de la latitud 39º, siguiendo el tratamiento frío en el trayecto. Bajo este programa ha ido autorizando nuevos puertos en los estados del sur del país, consiguiendo así acortar los tiempos de embarque actuales, alargar la vida útil del producto, y reducir los costos finales para el consumidor.

Puertos sureños aprobados para uvas peruanas	Fecha efectiva
<b>Port of Miami, Port Everglades</b>	1 octubre 2013
<b>Savannah</b>	1 septiembre 2014
<b>Jacksonville, Tampa, Manatee</b>	1 octubre 2015
<b>Charleston</b>	2 marzo 2016

#### 4. Tendencias del mercado

Un estudio realizado por PMA (Produce Marketing Association) muestra las diferentes ratios de crecimiento en las ventas por categorías de alimentos en EE.UU. durante la pandemia, teniendo 37% para fruta fresca, 35% para vegetales frescos, 38% para fruta envasada, 44% para vegetales en conserva, 28% para fruta congelada y 40% para vegetales congelados.

Es importante mencionar que la situación actual ha afectado a la industria agrícola en EE.UU., en tanto en cuanto el volumen de mano de obra a lo largo de toda la cadena de suministro de frescos ha decrecido para llevar el cumplimiento del distanciamiento social requerido por las autoridades, además de otros motivos logísticos.

Por su parte, la situación actual del sector de supermercados y tiendas de alimentación, donde el acceso en Estados Unidos queda restringido a un menor número de clientes por metro cuadrado y con la obligación de llevar mascarillas protectoras, ha generado un aumento en la demanda de servicios de entrega a domicilio. Y esta demanda tiende a orientarse a un mayor volumen de productos refrigerados y congelados, por lo que se espera que los establecimientos vayan a necesitar ampliar sus zonas de frío para acoger el incremento de este tipo de productos.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

Esta perspectiva se traduciría también en una mayor necesidad de espacios refrigerados en almacenes y zonas de procesado que permitan cumplir con la demanda. Además, se espera que esta tendencia se extienda entre la población aun cuando finalicen de forma oficial las medidas de distanciamiento social.

Es importante mencionar que, con el covid-19, también llegó la preocupación por el riesgo de contagio en los establecimientos de ventas de alimentos, ocasionando un cambio en el comportamiento del consumidor estadounidense. En el caso particular de las uvas, se ha observado que las uvas contienen un nutriente clave para evitar diagnósticos desfavorables por Covid-19. Científicos han identificado la relación entre la deficiencia de vitamina K y el desarrollo de la enfermedad ocasionada por el Covid-19. Así, esta vitamina, presente en grandes cantidades en las uvas, evita la formación de coágulos en la sangre y tiene propiedades antiinflamatorias. Pacientes de Covid-19 con peores pronósticos han desarrollado una tendencia a la formación de coágulos sanguíneos, los expertos han encontrado que grandes deficiencias de vitamina K favorecen consecuencias devastadoras en los pulmones.

Otra tendencia cada vez más relevante es el uso de la tecnología *blockchain* para el rastreo instantáneo de productos a lo largo de la cadena de suministro, teniendo a importantes empresas extendiendo su uso durante los próximos años. Este hecho cobra, si cabe, mayor importancia en estos momentos en que la población está más preocupada por la presencia de patógenos y por la seguridad de los alimentos que se consumen.

## 5. Estacionalidad de la producción local

La mayoría de los productos frescos ya tienen canales de comercialización establecidos y el importador se basa en criterios de la demanda del mercado, así como en la estacionalidad del producto. Los importadores planifican su compra teniendo en cuenta las promociones y temporadas.

En este caso concreto de las uvas frescas, la estación más fuerte para esta fruta es desde finales de verano hasta otoño aunque se pueden seguir encontrando en los supermercados en otros meses. El mercado de Estados Unidos cuenta con producción internacional importada principalmente de Chile, México y Perú. No obstante, Estados Unidos es uno de los principales países productores de uvas, con el estado de California como principal productor doméstico.

Las cosechas correlativas de sur a norte del estado de las diferentes variedades de uva de mesa resultan en una temporada de producción que va de mayo a enero en California. De las más de 70 variedades cosechadas en la región, son 12 las principales:

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

Variedad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Perlette												
Sugraone												
Flame Seedless												
Thompson Seedless												
Princess												
Summer royal												
Red Globe												
Scarlet royal												
Crimson Seedless												
Ruby Seedless												
Autumn King												
Vintage red												

Fuente: The Packer

## 6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

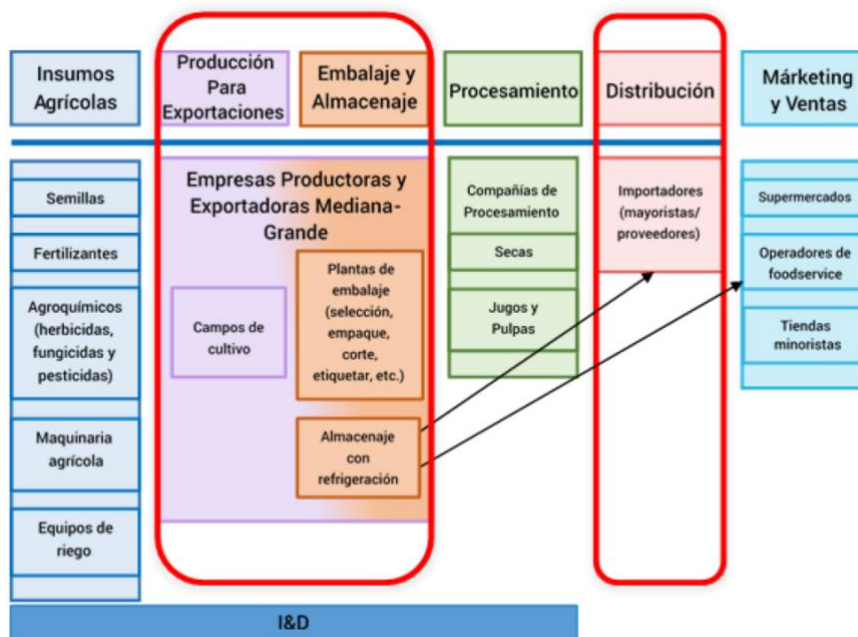
Ciudad de ingreso	Total Valor FOB (US\$) 2020	Principal País de Origen	Porcentaje de Importaciones/puerto del principal país de origen
Philadelphia, PA	906,996,255	Chile	50%
Nogales, AZ	500,483,143	México	100%
Los Angeles, CA	238,288,977	Chile	63%
Savannah, GA	41,863,429	Perú	60%
Laredo, TX	14,835,913	México	100%
Miami, FL	13,364,076	Chile	60%
San Juan, PR	5,479,347	Perú	60%
New York, NY	3,250,886	Sudáfrica	45%
San Diego, CA	1,435,980	México	100%
Houston-Galveston, TX	464,238	Perú	100%
<b>Subtotal:</b>	<b>1,726,462,244</b>		
<b>Resto:</b>	<b>120,162</b>		
<b>Total:</b>	<b>1,726,582,406</b>		

Fuente: U.S. International Trade Commission, elaboración propia

## 7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

El sistema de distribución de los alimentos frescos en Estados Unidos se compone de dos canales: mayorista y minorista. Estos, a su vez, alcanzan diferentes formatos que se relacionan de distintas formas entre los diferentes eslabones en la cadena de distribución y son los siguientes:

Figura 1. Participación de Perú en la CGV de la Uva de Mesa



Fuente: CGGC Duke

*Nota: La exportación de uva peruana se enfoca en producto fresco, no teniendo apenas producción de uvas procesadas.*

La primera figura dentro del canal de distribución de productos perecederos que ingresan al mercado estadounidense es el importador, que en la mayoría de los casos también es el distribuidor mayorista. Estas compañías compran la mercancía directamente al proveedor extranjero, y pueden realizar tareas de procesado, envase y embalaje, almacenaje y transporte a las tiendas minoristas, operadores de foodservice, otros mayoristas, el gobierno, u otros tipos de negocios.

En Estados Unidos hay alrededor de 40.000 tiendas de alimentación, teniendo que el 70% lo componen supermercado, almacenes, supercenters, club stores y tiendas naturales o gourmet, teniendo que las oficinas militares ocupan el 30% restante.

El 40% de los estadounidenses hacen una visita semanal al supermercado, mientras que el 6% van a tiendas de alimentación a diario.

Las cadenas de supermercados son establecimientos de venta minorista con una amplia oferta de productos alimenticios y otros productos para el hogar. En el año 2018, en Estados Unidos se calcularon un total de 38.307 tiendas supermercado, según el informe "Number of supermarket stores in the United States from 2011 to 2018, by format" (Statista). Se definen como tiendas de alimentación de autoservicio con línea completa de productos (cuentan con alrededor de 15.000 referencias de producto). Sus ventas giran en al menos US\$2 millones anuales. Los grandes supermercados son los participantes líderes para el producto importado en EE.UU., y destacan The Kroger Co., Albertsons y Ahold USA/Royal Ahold, entre otros.



En esta categoría de establecimientos también se encuentran los Supercenters, que son hipermercados o grandes tiendas por departamento de descuento que además cuentan con una línea completa de productos de alimentación, así como la oferta de otros servicios (peluquería, fotografía, cambio de aceite, etc).

Otro formato que está ganando popularidad entre los consumidores, y se aprecia un aumento en la apertura de locales, son los supermercados especializados en productos naturales o gourmet. Las cadenas más importantes en Estados Unidos son Whole Foods Market ([www.wholefoods.com](http://www.wholefoods.com)), Trader Joe's ([www.traderjoe.com](http://www.traderjoe.com)) y The Fresh Market ([www.thefreshmarket.com](http://www.thefreshmarket.com)).

Por su parte, la industria "food service" agrega a aquellas empresas que distribuyen alimentos preparados para su consumo fuera del hogar. Sus clientes incluyen restaurantes, hoteles, escuelas, hospitales, parques de entretenimiento, agentes de catering y centros penitenciarios, entre otros.

Los volúmenes de ventas suelen ser altos, y el producto puede venir preparado en porciones individuales, o empacado en tamaño industrial. En Estados Unidos, este mercado está valorado en US\$230 mil millones, y los dos principales operadores cuentan con el 60-70% de cuota: Sysco ([www.sysco.com](http://www.sysco.com)) y US Foods ([www.usfoods.com](http://www.usfoods.com))

En las circunstancias actuales, y debido al cierre total o parcial de hoteles en los últimos meses, restaurantes, cruceros y resto del sector, la industria *foodservice* no presenta una alta demanda por el momento, habiéndose trasladado el producto hacia el sector minorista.

De otro lado, las pequeñas tiendas minoristas han tenido mucha competencia con los Supercenters, farmacias y tiendas online con servicios de entrega a domicilio. A consecuencia, las tiendas minoristas se han mantenido competitivas creando una experiencia de compras adaptada a los consumidores con énfasis en los alimentos frescos y orgánicos.

Adicionalmente, el canal de venta e-commerce está ganando cada vez mayor importancia para productos perecederos, teniendo cada vez más disponibilidad de servicios de entrega a domicilio en el sector minorista, y suponiendo la categoría de alimentos la que mayor crecimiento proyectado de ventas tiene para el canal online.

## **8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores**

La mayoría de productos perecederos ya tienen canales de comercialización establecidos y el importador se basa en criterios de la demanda del mercado así como en la estacionalidad del producto. Los importadores planifican su compra teniendo en cuenta las promociones y temporadas, además del cumplimiento de los grados y estándares determinados por USDA para su comercialización.

Los grandes supermercados en EE.UU., principales actores en el mercado de productos frescos y congelados, dictan los factores de preferencia, enfocados en costos competitivos,





consistencia y diferenciación del producto, ejerciendo una fuerte influencia en el acceso al mercado.

En el caso concreto de las uvas, la mayoría de uva importada procede de Chile, México y Perú, siendo relevantes los niveles de calidad, la disponibilidad durante el año, y la consistencia en los precios del producto.

Analizando la temporalidad de su cosecha, la producción doméstica en EE.UU. cubre principalmente desde mayo hasta diciembre, teniendo que la mayor parte del volumen importado en el país ingresa entre diciembre y abril. Perú sule a los mercados internacionales justo después de finalizar la temporada de uva de EE.UU., y antes de que los principales exportadores –Chile y México– completen sus cosechas. De esta forma, los productores peruanos logran precios Premium durante los meses de septiembre, octubre y noviembre. Igual sucede con México, el país exporta uva mexicana durante los meses de abril a agosto, cuando Chile y Perú están en la temporada de la cosecha. Los mayores volúmenes de exportación de uva chilena a Estados Unidos ocurren en los meses de febrero, marzo y abril. Durante estos meses, no hay exportaciones de uva mexicana.

Otro factor que gana relevancia es la diversificación o aparición de nuevas categorías de uvas, con motivo de ganar una mayor diferenciación del producto, estrategia que cada vez es más empleada por los diferentes países proveedores.

## 9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Perú es uno de los principales países abastecedores de uva fresca en Estados Unidos, luego de Chile y Mexico, y por encima de Brasil. La uva fresca peruana es importada en el país a lo largo del año, teniendo el pico más importante de producto entre los meses de enero y junio.

Exportaciones de Perú a Estados Unidos bajo la partida arancelaria 080610 en 2015-2019

Año	País de Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)
2020	Perú	532,755,636
2019	Perú	374,611,261
2018	Perú	361,296,470
2017	Perú	270,375,712
2016	Perú	229,977,467

Fuente: U.S. International Trade Commission

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

Puertos de entrada del producto peruano HTS 080610:

<b>Distrito</b>	<b>TOTAL Valor FOB 2020 (US\$)</b>
Philadelphia, PA	411,388,226
Los Angeles, CA	87,005,609
Savannah, GA	25,270,740
Miami, FL	5,335,849
San Juan, PR	3,276,574
Houston-Galveston, TX	464,238
Buffalo, NY	14,400
<b>Subtotal:</b>	<b>532,755,636</b>
<b>Otros</b>	-
<b>Total</b>	<b>532,755,636</b>

Fuente: U.S. International Trade Commission

## 10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

El panorama presentado por el Covid-19 ha forzado a la cancelación de ferias comerciales en 2020, y la limitación en los viajes internacionales no ofrece viabilidad para el desarrollo de misiones directas o inversas.

Por ello, las estrategias de promoción están enfocándose más en las herramientas digitales, abriendo espacio para talleres virtuales, ruedas de negocio en plataformas digitales, y coordinación de agendas en las Oficinas Comerciales a través de citas vía Skype y plataformas similares como Zoom o Google Meet, entre otras.

La principal feria del sector de frescos en Estados Unidos, PMA Fresh Summit, se desarrollará en 2021 en New Orleans, Luisiana, del 28 al 30 de octubre:  
<https://www.pma.com/events/freshsummit>






PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en Miami

Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Winn Dixie	Bolsa	US\$2,27	California	17 enero 2021	Seedless verde fresca, bolsa de 2 libras	
Winn Dixie	Bolsa	US\$2,82	EE.UU.	17 enero 2021	Seedless roja fresca, bolsa de 2 libras	
Winn Dixie	Libra	US\$3,99	EE.UU.	17 enero 2021	Seedless negra, fresca, bolsa 1 libra	






PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

Walmart	Libra	US\$2,34	n/d	17 enero 2021	Seedless verde, fresca, bolsa 1 lb	
Walmart	Bolsa	US\$2,26	n/d	17 enero 2021	Seedless negra, fresca, bolsa 1 libras	
Walmart	Libra	US\$1,44	n/d	17 enero 2021	Seedless roja, fresca, bolsa 1 lb	



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación y  
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en  
Miami

Publix	Libra	US\$2,75	Perú	24 enero 2021	Seedless red grapes	
Publix	Libra	US\$2,19	Chile	29 enero 2021	Seedless red grapes	