

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL



ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA (SPN 0806.10.00.00)
DE PERÚ A MÉXICO

ASIGNATURA

MARKETING E INTELIGENCIA COMERCIAL

DOCENTE

ING. SOSA TORRES JORGE ANDREU

INTEGRANTES

- **APANCHO** RUELAS, ANYELA SHARON
- **CHOQUEHUANCA** MASIAS, YESSSENIA
- **HANCCO** VALERIANO, ANAIS GABRIELA
- **HUAYANAY** MARON, PAULINA
- **PEREYRA** QUISPE, ALEXANDRA
- **TACO** QUENAYA, LUIS ALBERTO RAI

AREQUIPA – PERÚ

2024

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	3
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA UVA DE MESA.....	4
1.2. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIÓN DE LA UVA DE MESA AL MUNDO.....	5
1.3. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE UVA PERUANA HACIA MÉXICO	6
1.4. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN	7
1.5. ANÁLISIS DE MÁRGENES DE RENTABILIDAD.....	9
1.6. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y DEMANDA DE LA UVA PERUANA A MÉXICO	10
1.7. FACTORES COMERCIALES Y NO COMERCIALES RELEVANTES	11
1.8. ANÁLISIS ECONÓMICO, CULTURAL, SOCIAL Y DEMOGRÁFICO DEL MERCADO MEXICANO	12
1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	14
1.10. ANÁLISIS DEL PRECIO DE UVAS PERUANAS EN EL MERCADO MEXICANO	15
1.11. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EXPORTACION DE UVA PERUANA A MÉXICO.....	17
CONCLUSIONES.....	18
RECOMENDACIONES	19
REFERENCIAS BIBLIOGRAFIAS	20

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo aborda la necesidad de diversificar y expandir el mercado de exportación de uvas peruanas, específicamente hacia México. A pesar del éxito en mercados tradicionales como la Unión Europea y Estados Unidos, existe una creciente oportunidad en México debido a su aumento en la demanda de uvas tanto para consumo directo como para la producción de vino. Los principales objetivos de esta investigación son analizar la evolución y tendencia del mercado mexicano de uvas, identificar los factores comerciales y no comerciales que afectan la exportación de uvas peruanas a México, y proponer estrategias de marketing y logística para mejorar la penetración y posicionamiento de las uvas peruanas en México.

La investigación recomienda una serie de estrategias enfocadas en fortalecer la presencia de las uvas peruanas en México, destacando la mejora de calidad para consolidar su presencia en el mercado, la diversificación de mercados para explorar y aprovechar nuevas oportunidades en mercados emergentes, la optimización logística para asegurar que las uvas lleguen frescas y en óptimas condiciones a los consumidores mexicanos, y el fortalecimiento de la marca de las uvas peruanas mediante campañas de marketing y participación en ferias internacionales.

Implementar estas estrategias permitirá incrementar las exportaciones de uvas peruanas a México, mejorar la rentabilidad aprovechando márgenes atractivos en el mercado mexicano, fortalecer la reputación de Perú como proveedor de productos agrícolas de alta calidad, y reducir riesgos asociados a la dependencia de un número limitado de mercados, abriendo nuevas oportunidades en el mercado global. El análisis destaca la relevancia de consolidar y expandir la exportación de uvas peruanas a México, un mercado con alto potencial debido a su creciente demanda. La adopción de estrategias adecuadas en calidad, logística y marketing no solo optimizará la presencia de las uvas peruanas en México, sino que también fortalecerá la posición de Perú en el mercado internacional de frutas frescas, asegurando un crecimiento sostenible y una mayor competitividad global.

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA UVA DE MESA

La producción de uva en Perú ha ido ganando relevancia año tras año, posicionando a nuestro país como el cuarto mayor exportador mundial de esta fruta. La uva se ha convertido en el principal producto de exportación, superando incluso al café, mango, cacao y espárragos.

La variedad más destacada es la Red Globe, aunque existen hasta 50 variedades cultivadas en suelo peruano. La uva peruana se utiliza en la elaboración de diversos licores, como vino, mosto, brandy, vinagre y pisco. La composición de la uva varía según si se trata de uvas blancas o negras.

Comer uvas tiene múltiples beneficios para la salud. Las uvas son ricas en propiedades antioxidantes y antiinflamatorias, además de ser una excelente fuente de energía. Estas frutas son naturalmente ricas en polifenoles, que combaten los radicales libres y actúan como antioxidantes naturales. Una porción de $\frac{3}{4}$ de taza de uvas contiene solo 90 calorías. Además, las uvas son una buena fuente de vitamina K, cobre y varias vitaminas del grupo B. El consumo regular de uvas puede contribuir a la salud ocular al proteger la retina del deterioro.

La cosecha de uvas peruanas se realiza desde septiembre hasta marzo. En Perú se encuentran principalmente 6 tipos de uvas.

Tabla 1. Cosecha de uva peruana

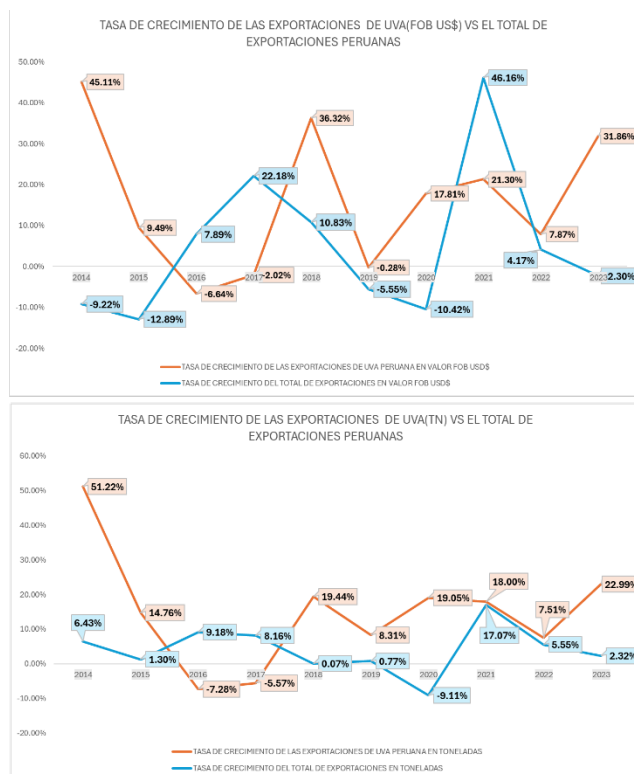
Fuente. South Pacific Logistic

Variedades de uvas peruanas	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Red Globe												
Sugraone												
Crimson Seedless												
Flame Seedless												
Thompson Seedless												
Autumn Royals												

1.2. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIÓN DE LA UVA DE MESA AL MUNDO

Gráfico 1. Tasa de crecimiento de las exportaciones de uva vs el total de exportaciones peruanas.

Fuente. SUNAT



Las exportaciones peruanas de uva crecieron significativamente en la última década, con un aumento del 301.56% en valor FOB USD\$ y del 265.10% en toneladas desde 2013. Este crecimiento se debe a mejoras en prácticas agrícolas, tecnologías, sistemas de riego, variedades más productivas y métodos de cultivo. Además, Perú diversificó sus exportaciones hacia Asia y Europa, aprovechando la demanda en países como China y Corea del Sur, y participando en ferias internacionales y estrategias de promoción comercial.

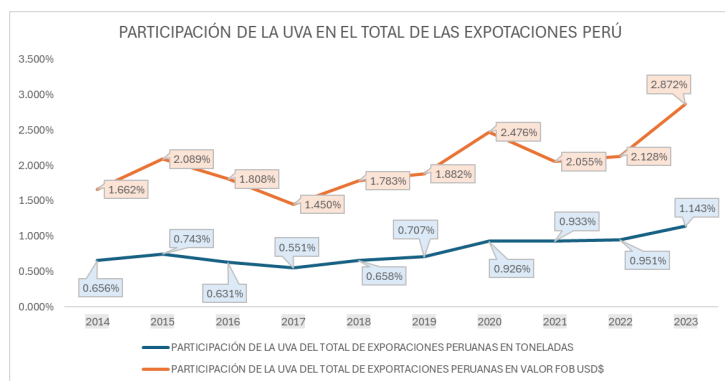
Las exportaciones totales de Perú crecieron un 45.42% entre 2013 y 2023, pero el sector vitivinícola tuvo un crecimiento aún mayor. La participación de

la uva en las exportaciones aumentó en valor FOB USD\$ y toneladas, demostrando su creciente importancia dentro del total de exportaciones peruanas.

Las exportaciones de uva peruana son estacionales, con picos entre diciembre y marzo debido al ciclo de producción de noviembre a febrero y la alta demanda invernal en el hemisferio norte. Perú ha aprovechado esta demanda fuera de temporada, lo que ha sido

Gráfico 2. Participación de la uva peruana en el total de las exportaciones peruanas

Fuente. SUNAT



crucial para su competitividad. Hubo un crecimiento notable en 2014-2015 por la expansión de mercados y en 2018 por nuevos tratados comerciales y mejoras logísticas. A pesar de la pandemia en 2020, las exportaciones de uva se mantuvieron fuertes gracias a la resiliencia del sector agrícola y la demanda constante de productos frescos.

1.3. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE UVA PERUANA HACIA MÉXICO

El análisis de las exportaciones de uva peruana hacia México entre 2014 y 2023 muestra un crecimiento significativo, pasando de 307 a 52,516 toneladas y de 695 USD a 130,091 USD en valor FOB, con tasas de crecimiento del 17,006.19% y 18,618.13% respectivamente. Este incremento refleja mejoras en volumen y calidad. Comparado con las exportaciones globales de uva peruana, cuyo crecimiento fue del 141.43% en volumen y 176.73% en valor FOB, el crecimiento hacia México ha sido mucho más rápido. La participación de México en las exportaciones totales aumentó del 0.11% en volumen y del 0.00011% en valor FOB en 2014 a 8.10% y 0.00732% en 2023, consolidándose como un mercado clave.

Los cambios en la gráfica de las exportaciones de uva peruana revelan varios factores como el crecimiento en 2015 se debe a acuerdos comerciales favorables y políticas de promoción de exportaciones. La caída en 2017 se atribuye a condiciones climáticas adversas que afectaron la producción. El crecimiento en 2019 fue impulsado por una mayor demanda en el mercado mexicano, campañas de marketing efectivas y la percepción positiva de la calidad de las uvas peruanas. Finalmente, el significativo crecimiento en 2023 se relaciona con la recuperación postpandemia y la expansión de redes logísticas y comerciales.

El promedio anual de exportaciones de uva peruana hacia México entre 2014 y 2023 fue de 16,845 toneladas, con un valor FOB promedio anual de 37,305.80 USD. Estos promedios reflejan el creciente interés del mercado mexicano y la capacidad del sector exportador peruano para satisfacer esta demanda.

Gráfico 3. Crecimiento de las exportaciones de la uva peruana hacia México vs las exportaciones de uva hacia el mundo
Fuente. SUNAT

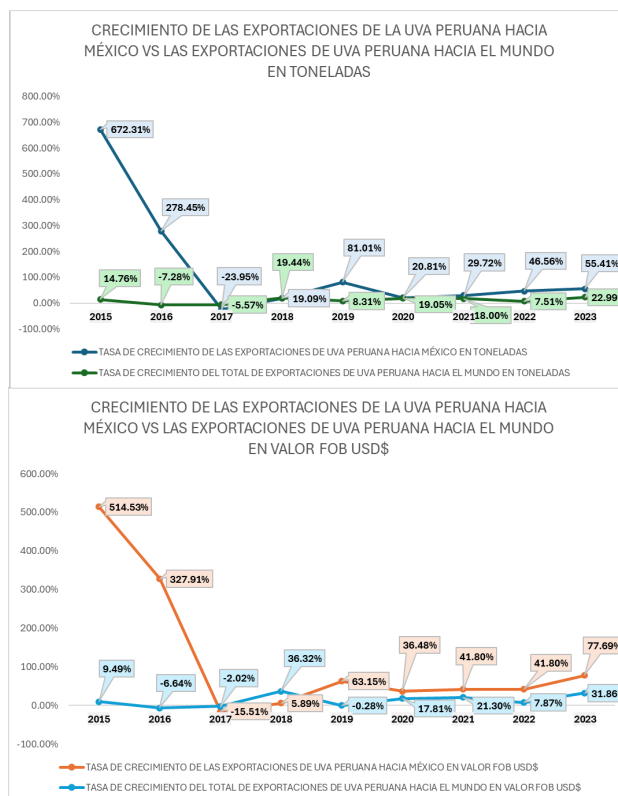


Gráfico 4. Participación de las exportaciones de uva peruana a México sobre las exportaciones de uva peruana hacia el mundo
Fuente. SUNAT



1.4. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO PROMEDIO DE EXPORTACIÓN

La evolución del precio promedio de exportación de la uva peruana de 2019 a 2023 muestra fluctuaciones significativas, reflejando las condiciones del mercado y la demanda estacional.

En enero de 2019, los precios fueron \$2.11/kg para México, \$2.71/kg para Estados Unidos, \$2.19/kg para Países

Bajos y \$2.10/kg para

Hong Kong. En enero de

2023, estos precios se

mantuvieron casi iguales:

\$2.10/kg para México,

\$2.71/kg para Estados

Unidos, \$2.19/kg para

Países Bajos y \$2.10/kg

para Hong Kong.

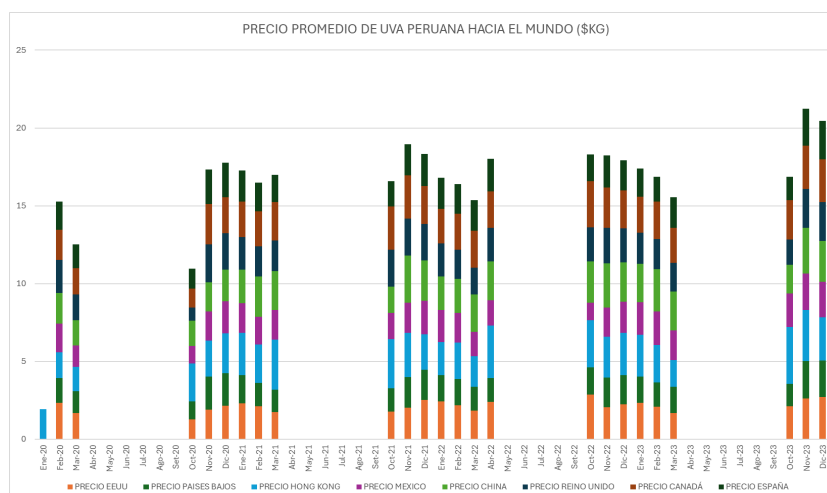
Estados Unidos, como el

mayor consumidor de

uvas frescas, influye significativamente en los precios del mercado internacional. En 2020, el precio promedio mensual de exportación a México varió entre \$1.67/kg y \$2.33/kg, mientras que para Estados Unidos fluctuó entre \$1.58/kg y \$2.71/kg, mostrando una mayor amplitud. La relativa estabilidad de precios hacia México puede deberse a acuerdos comerciales y condiciones macroeconómicas favorables, aunque los precios más bajos en México podrían afectar la percepción de calidad y márgenes de beneficio.

El consumo mundial de uvas se mantiene alto, especialmente por la demanda en nuevos mercados como China, lo que provoca un aumento sostenido en los precios de importación. Este ciclo estacional muestra precios más bajos entre febrero y abril debido al mayor flujo de producción mundial. En contraste, los precios aumentan de noviembre a febrero y en octubre y abril debido a la escasez de producción. La tradición de consumir uvas durante las fiestas navideñas y el año nuevo chino impulsa la demanda y reduce la sensibilidad a los cambios de precio en estos meses. Para identificar las variables explicativas de la dinámica del precio, se realizó un análisis de regresión factores que explican la dinámica del precio de las uvas, como la cantidad exportada, la elasticidad y las condiciones macroeconómicas globales. Se encontró que, a mayores volúmenes exportados, el precio promedio tiende a reducirse, consistente con las leyes de oferta y demanda. La elasticidad de la demanda también es crucial, con mercados más elásticos mostrando mayores variaciones de precios. Otros factores influyentes incluyen la calidad de la uva, las condiciones climáticas y la competencia de otros países productores.

Gráfico 5. Precio promedio de uva peruana hacia el mundo por países en \$kg
Fuente. SUNAT

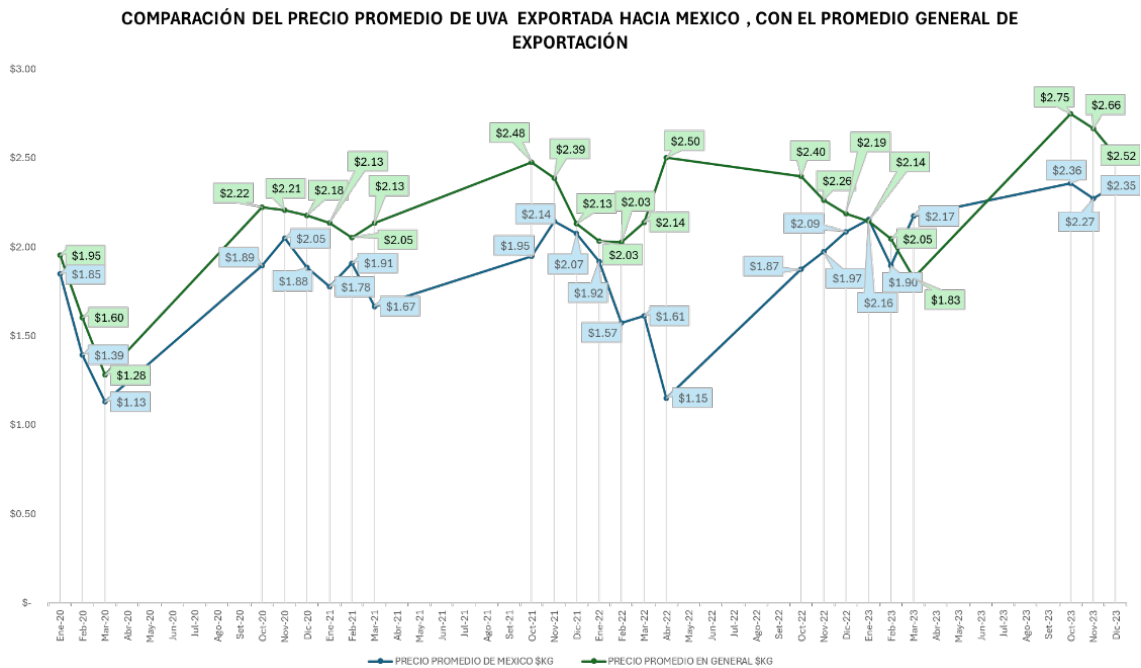


El precio promedio de exportación de la uva peruana al mundo es de \$2.17/kg, mientras que hacia México es de \$1.88/kg. Entre enero de 2020 y diciembre de 2023, la tasa de crecimiento del precio de exportación de la uva peruana hacia el mundo fue del 28.78%, evidenciando un incremento en la demanda. En comparación, la tasa de crecimiento hacia México durante el mismo periodo fue del 27.01%, lo que, aunque ligeramente inferior a la tasa global, demuestra un aumento constante y sostenido en los precios de exportación a este mercado específico. La evolución mensual del precio promedio de exportación desde enero de 2019 hasta diciembre de 2023 muestra una tendencia general ascendente con picos en los últimos trimestres de cada año, especialmente en los meses de enero y diciembre, debido a la mayor demanda estacional. Estos incrementos pueden atribuirse a factores como la culminación de las temporadas de cosecha, la preparación para las fiestas de fin de año y la dinámica de inventarios en los mercados de destino.

Comparando los precios mensuales entre México y otros mercados clave (Estados Unidos, Países Bajos y Hong Kong), se revela que mientras México mantiene una tendencia más estable, otros mercados presentan mayores fluctuaciones, especialmente Estados Unidos, que muestra una amplia variación en los precios a lo largo del año. Estas fluctuaciones pueden estar influenciadas por eventos económicos específicos, cambios en las políticas comerciales y variaciones en la demanda del consumidor en esos mercados.

Gráfico 6. Comparación del precio promedio de uva peruana a México vs el precio promedio a los otros mercados

Fuente. SUNAT



1.5. ANÁLISIS DE MÁRGENES DE RENTABILIDAD

En el año 2023, el precio promedio por kilogramo de uva exportada a México fue de \$1.88, mientras que el precio promedio general de exportación de uvas peruanas fue de \$2.17 por kilogramo. Esta disparidad refleja las particularidades del mercado mexicano y la competencia en términos de precios,

El precio de chacra fue de \$0.94 por kg, el precio mayorista de \$0.97 por kg y finalmente el precio de exportación fue de \$1.97 por kg.

Estos precios señalan un margen significativo entre el precio al productor y el de exportación, lo cual es beneficioso para los exportadores peruanos.

Por otro lado, la tasa de crecimiento de los precios entre 2019 y 2023 fue para el caso de exportación de 27.01%, para el mayorista implicó una reducción de -2.55% y para el productor significó una tasa decrecimiento de 13.23% en el periodo analizado.

El precio de exportación ha experimentado un crecimiento significativo, mientras que el precio al mayorista ha disminuido ligeramente. Esta tendencia se atribuye a una mayor eficiencia en la cadena de suministro, negociaciones de precios y al Tratado de Libre Comercio (TLC) que Perú tiene con México. Además, el aumento del precio al productor es una señal positiva, lo que implica un mayor retorno para los agricultores.

Los precios de la uva experimentan fluctuaciones estacionales, con picos entre noviembre y febrero. Esto coincide con el aumento de la demanda global durante festividades como el Año Nuevo Chino o el año nuevo tradicional en países latinoamericanos o países occidentales. Durante este período, los precios tienden a elevarse debido a la escasez de oferta y la alta demanda. Entre febrero y abril, los precios suelen ser más bajos debido al mayor flujo de producción mundial, lo cual cubre más ampliamente la demanda.

Al comparar el precio al productor (\$0.94/kg) con el precio de exportación (\$1.97/kg), se evidencia un margen de rentabilidad considerable. Este margen se beneficia de la alta calidad de la uva peruana y de una cadena logística eficiente que garantiza la frescura del producto al llegar a los mercados internacionales.

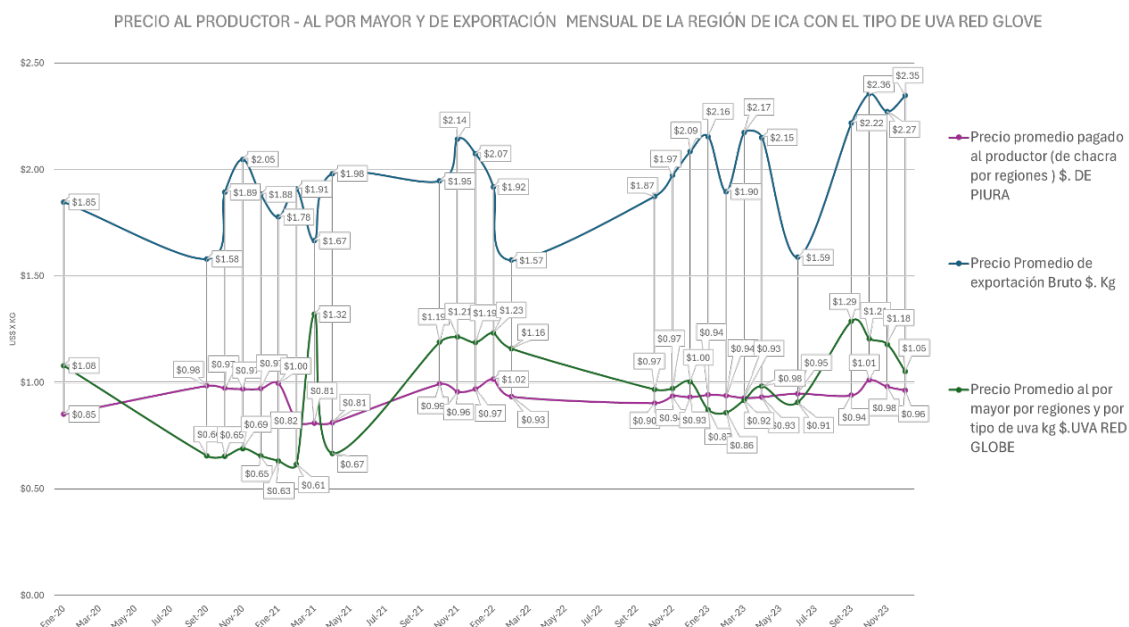
A nivel internacional, el precio promedio de la uva peruana es competitivo, especialmente en comparación con otros grandes productores como Estados Unidos y Chile. Esta competitividad se fundamenta en las ventajas climáticas de Perú, que posibilitan la producción de uvas fuera de las temporadas tradicionales en otros países, aprovechando ventanas de mercado con menor competencia. Esto aunado a que Chile nuestro principal competidor en la región, ha visto mermado su nivel de producción en los últimos años, lo que ha posicionado a Perú como uno de los principales exportadores de uva a México.

El análisis de los márgenes de rentabilidad para la exportación de uva de Perú a México, abordado líneas arriba, se puede resumir en los siguientes puntos:

- El precio promedio por kilogramo de uva exportada a México es de \$1.88, comparado con un promedio general de exportación de \$2.17 por kilogramo.
- En la región de Piura, el precio promedio por kilogramo de uva al productor es de \$0.94, al por mayor es de \$0.97 y de exportación es de \$1.97.
- Desde enero de 2020 hasta diciembre de 2023, los precios de exportación han crecido un 27.01%, mientras que los precios al por mayor han decrecido un 2.55%, y los precios al productor han aumentado un 13.23%.

Gráfico 7. Comparación del precio a nivel Productor, Mayorista y Exportador

Fuente: SUNAT



1.6. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y DEMANDA DE LA UVA PERUANA A MÉXICO

Según los datos obtenidos del Banco de México, se ha podido observar que nuestro consumo Per cápita de uvas en Kg de México del año 2019 al 2023. Se ha incrementado considerablemente teniendo para el año 2019 un total de 2,989K al 2023 con un total de 4,758K.

Gráfico 8. Consumo per cápita de uvas en kg – México

Fuente. Banco de México

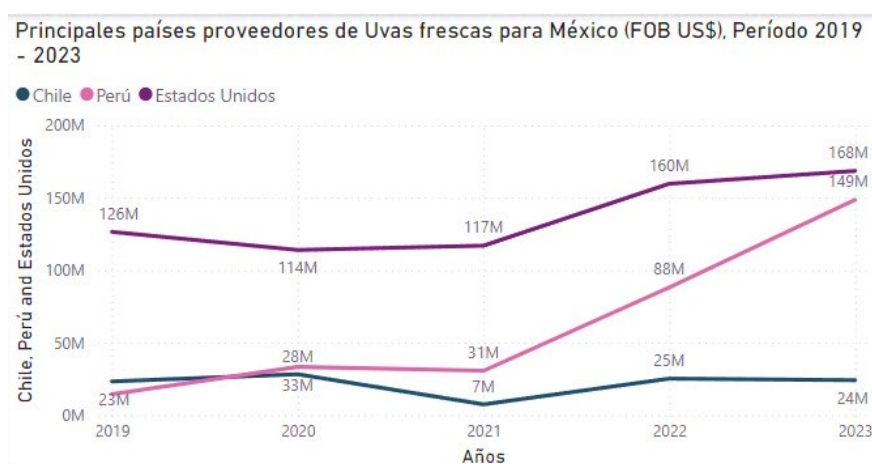


En México este incremento considerable se debió principalmente a que, en este país, el 63% está destinado al consumo, un 24.4% está destinado a la elaboración de vinos y el 12.6% destinado a aceites esenciales, como la deshidratación.

Por otra parte, dentro de los principales países proveedores de uvas frescas para México (FOB US\$) del periodo 2019 al 2023 tenemos a Estados Unidos como principal país proveedor, en segundo lugar, tenemos a Perú y por último a Chile.

Gráfico 9. Principales países proveedores de uvas para México en valor FOB USD\$

Fuente. Banco de México



1.7. FACTORES COMERCIALES Y NO COMERCIALES RELEVANTES

Según la página web consultada MACMAP, mapa de acceso al mercado. Se ha podido identificar los aranceles aduaneros, requisitos reglamentarios y los regímenes preferenciales aplicables a nuestro producto uvas a México. Desde el año 2016, Perú cuenta con un acuerdo comercial con México, con un arancel preferencial para Perú de un 9%. A diferencia de otros países que no forman parte de este acuerdo que pagan un arancel del 15%. Los países que forman parte de este acuerdo de Libre Comercio son: Chile, Colombia, México, Perú.

Tabla 2. Información del acuerdo TLC con México

Fuente. MACMAP

INFORMACIÓN DEL ACUERDO

NOMBRE:	Grupo Regional, Alianza del Pacífico
EN VIGOR:	2016-05-01
TIPO:	Acuerdo de Libre Comercio
ALCANCE:	Plurilateral, País-País
ESTADOS MIEMBROS:	Chile, Colombia, México, Perú

REQUISITOS REGLAMENTARIOS

- A130 - Enfoque de sistemas
- A830 – Requisito de certificación
- A840 – Requisito de inspección
- A890 – Evaluación de la conformidad relacionada con MSF, nep
- A900 – Medidas sanitarias y fitosanitarias, nep
- B310 – Requisitos de etiquetado
- B820 – Requisito de prueba
- B830 – Requisito de certificación
- B840 – Requisito de inspección
- E111 – Procedimiento de concesión de licencias sin criterios ex ante específicos

Por otra parte, tenemos al convenio internacional, según la operatividad aduanera en la página oficial de SUNAT, Perú tiene convenio con México conocido como: “815 – Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico.” El cual está vigente desde el año 2016, con un arancel / base preferencial de un 6% y asimismo, se considera un 2.5% para la póliza de seguros.

1.8. ANÁLISIS ECONÓMICO, CULTURAL, SOCIAL Y DEMOGRÁFICO DEL MERCADO MEXICANO

a) Análisis económico

Uno de los principales indicadores para sustentar el porqué de la elección de uvas México es el PBI Per cápita. Como ya se ha mencionado anteriormente, desde el año 2019 – 2023 se ha observado un incremento considerable en esos años. Para el 2019, 2,989K al 2023 con un total de 4,758K.

Otro de los indicadores es la tasa de crecimiento económico, en México se ha podido observar que, respecto a la demanda de consumo de uvas en ese país, del año 2020 al 2023, ha crecido en un 18% para el año 2023.

b) Análisis cultural

Según la página oficial del Gobierno de México, con respecto a sus hábitos de consumo teniendo en cuenta a los tipos de generaciones tenemos lo siguiente:

- Generación Boomers: (1946-1964) Personas que abarcan la edad de 56 a 76 años. Estas personas tienen preferencia por consumo de uvas, ya sea en postres o jugos.
- Generación X: (1965 – 1980) Personas que abarcan la edad de 41 a 55 años. Estas personas tienen preferencia por consumo uvas industriales, que son consumidos en festividades de su País. Asimismo, personas que prefieren y optan por los aceites esenciales. Estos aceites esenciales tienen grandes beneficios, como: Reducir la proliferación de células cancerígenas, potente antiinflamatorio y ayuda a prevenir la aterosclerosis.
- Generación Millennials: (1981 – 1996) Personas que abarcan la edad de 26 a 40 años. Estas personas tienen preferencia por consumo uvas de mesa, y consumo de uvas industriales (Vinos).
- Generación Z: (1997 – 2012) Personas que abarcan la edad de 08 a 25 años. Estas personas tienen preferencia por consumo uvas de mesa (postres y jugos), y consumo de uvas industriales (Vinos).

En México, las uvas son muy importantes tanto para la industria como para el consumo en sus hogares como fruta de mesa.

Las principales propiedades que tiene esta fruta son:

- Poderoso Antioxidante
- Contiene vitamina (A, C, E, B1, B2, B3, B6) y en minerales (calcio, fósforo, sodio, potasio, hierro, cobre, magnesio, zinc, ácido fólico), glucosa y fructosa.
- Las uvas son excelentes para mejorar el estado de ánimo, pues ayudan a reponerse del cansancio debido a que combinan los carbohidratos con las vitaminas del grupo B que contienen.

Es un producto reconocido por su alta calidad y excelentes propiedades que posee. Lo cual la hace atractiva para los productores, generando buenos márgenes de ganancia.

c) Análisis social

Dentro de las festividades más comunes en México, Día de los muertos y Año nuevo. Con respecto al día de los muertos, consagran las ofrendas en 2 tipos: Las que son para los niños y las que van dirigidas a los adultos.

Para la ofrenda, lo más considerado son la comida, bebidas, pan de muerto y las frutas, en especial las uvas. Tanto los dulces como la fruta representan la alegría de la vida, indispensable para la ofrenda a niños.

Esta fruta suele consumirse en estas celebraciones de manera fresca o procesado, ya que posee una pulpa aromática y dulce.

- ✓ Semana santa y Pascua
- ✓ Día de la Candelaria (2 de febrero)
- ✓ Día de los muertos (1 y 2 de noviembre) - Como parte de la ofrenda
- ✓ Navidad y Año nuevo (25 diciembre y 1 enero)

d) Análisis demográfico

Considerando la distancia geográfica de Perú a México, con respecto a los tipos de transporte para la exportación a este país en un tiempo estimado, tenemos:

Tabla 3. Tiempo estimado por tipo de transporte
Fuente. MINCETUR

TRANSPORTE AÉREO	TRANSPORTE MARÍTIMO
Distancia: 3800km	Distancia: 5500km
Tiempo: 6hrs.	Tiempo: 15 días

1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Entre 2014 y 2023, la industria de la uva en Perú ha experimentado un crecimiento significativo el valor FOB ha tenido un crecimiento promedio anual del 16.08%, mientras que el volumen (TN) ha aumentado con un crecimiento promedio anual del 14.84%.

Este crecimiento es reflejo de la mejora en las técnicas de cultivo, la expansión de áreas de producción, la calidad de uva peruana. y la relativa caída en la producción de su principal competidor (Chile) en Latinoamérica.

Gráfico 10. Importaciones de México en valor FOB USD\$
Fuente. Euromonitor

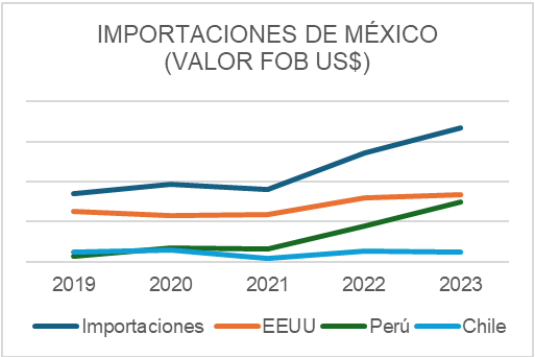


Gráfico 11. Consumo de vino en México (millones de litros)
Fuente. Euromonitor



En cuanto a industrias relacionadas encontramos que en la industria de los jugos el consumo per cápita de este producto en México ha aumentado a un promedio anual de aproximadamente 1.5 litros por persona.

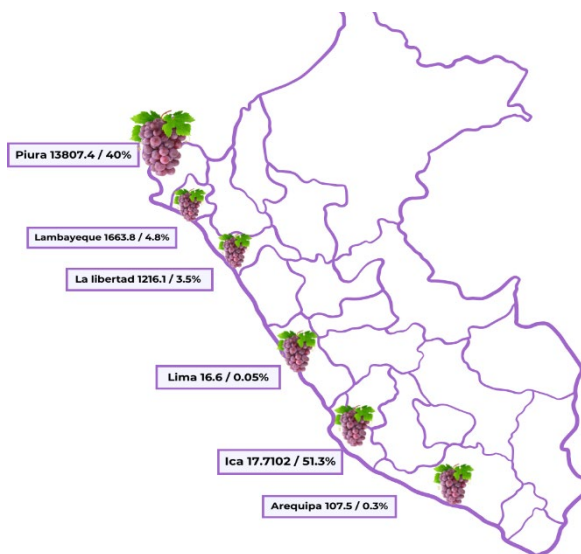
La industria del vino a nivel per cápita ha crecido a 1 litro en 2023. La popularidad del vino está impulsada por el aumento en la producción local y la importación de vinos de alta calidad.

Por otro lado, en la industria de las frutas frescas mexicana, el consumo per cápita de frutas frescas es de alrededor de 60 kg por persona al año. Las uvas frescas constituyen una parte significativa de este consumo, especialmente durante las temporadas de festividades y eventos especiales.

Las regiones que más aportan al total de exportaciones de uva peruana son Ica con el 51.3% de la producción de uvas para exportación, conocida por su clima favorable y suelos adecuados para el cultivo de uvas de alta calidad. Y luego le sigue la región Piura la cual contribuye con el 40% de la producción, destacándose por su capacidad de producir uvas durante la contra estación, aprovechando las ventanas de mercado cuando otros países no están en temporada.

Ilustración 1. Zonas de producción de uvas Frescas para exportación hacia México 2022

Fuente. SUNAT



1.10. ANÁLISIS DEL PRECIO DE UVAS PERUANAS EN EL MERCADO MEXICANO

El precio de las uvas peruanas en México varía según el canal de distribución y el tipo de uva. Analizaremos los precios en diferentes canales y los compararemos con el precio FOB de exportación desde Perú.

Comparación y análisis de márgenes:

1. Margen bruto promedio en mercados mayoristas: **137%**
2. Margen bruto promedio en supermercados: **180%**

El margen de rentabilidad varía considerablemente entre los canales de distribución. Los super mercados muestran un margen bruto promedio más alto (180%) en comparación con los mercados mayoristas (137%). Esta diferencia puede atribuirse a factores como costos de transporte, almacenamiento, y estrategias de fijación de precios específicas de cada canal.

Es importante notar que estos márgenes son brutos y no consideran costos adicionales como aranceles, transporte internacional, y otros gastos operativos. El margen neto real sería menor, pero aun así indica una oportunidad

atractiva para las uvas peruanas en el mercado mexicano. La variabilidad de precios entre canales sugiere la importancia de seleccionar cuidadosamente los socios de distribución para maximizar la rentabilidad. Por ejemplo, el precio en la Central de Abasto de CDMX (7.29 USD/kg) es significativamente más alto que en otros mercados mayoristas, lo que podría indicar una oportunidad específica en esa ubicación.

Además, la diferencia de precios entre tipos de uva (por ejemplo, Red Globe vs. Thompson) indica oportunidades para diversificar la oferta según las preferencias del mercado mexicano. Las uvas Thompson, por ejemplo, se venden a 4.86 USD/kg en el Mercado de Abasto "Estrella", lo que sugiere una demanda diferenciada por variedades específicas. El mercado mexicano presenta una oportunidad atractiva para la exportación de uvas Red Globe peruanas. La combinación de márgenes favorables, demanda establecida y la competitividad del producto peruano sugiere que, con una estrategia de entrada bien planificada y una gestión eficiente de la cadena de suministro, los exportadores peruanos podrían establecer una presencia sólida y rentable en el mercado de uvas de México

Tabla 4. Precios del mercado mexicano (Uvas Red Glove)

UVA RED GLOVE (MEXICO)	
Mercados mayoristas	Precio (USD/kg)
o Central de Abasto (CDMX):	7.29
o Mercado de Abastos (Guadalajara):	4.23
o Mercado de Abasto "Estrella" (Nuevo León):	3.56
UVA RED GLOVE (MEXICO)	
Supermercados y tiendas minoristas	Precio (USD/kg)
o Walmart:	5.08
o Soriana:	5.77
o Chedraui:	5.10
o Fresh Local:	9.50
o Bodega Aurrera:	4.31
UVA RED GLOVE (PERU)	
Exportación Peruana	Precio (USD/kg)
o Precio promedio FOB de exportación (Perú):	2.13

Fuente: SNIIM; MIDAGRI (El Mercado Mayorista de Frutas (MMF) N° 2); Central de Abasto.mx, Central en Línea.mx, Walmart, Chedraui. mx, FreshLocal.mx y BodegaAurrera.mx
Elaboración: Propia

1.11. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA EXPORTACION DE UVA PERUANA A MÉXICO

En los últimos años se han implementado diferentes estrategias de marketing que han tenido un impacto significativo en la distribución de uvas peruanas en el mercado mexicano. Según un estudio realizado por Martínez y López (2023), la penetración de mercado de las uvas peruanas en México aumentó en un 15% en los últimos tres años, atribuible en gran parte a estas estrategias.

1. **Ampliación de canales de distribución:** Las alianzas estratégicas con distribuidores han resultado en un aumento del 20% en la presencia de uvas peruanas en supermercados y tiendas minoristas (Hernández, 2024). Este incremento ha mejorado significativamente la accesibilidad del producto para los consumidores mexicanos.
2. **Mejora en la logística de distribución:** El aprovechamiento de la estacionalidad ha permitido una distribución más eficiente. (Gómez et al, 2023) reportan una reducción del 25% en los tiempos de entrega desde el puerto hasta el punto de venta, gracias a una mejor planificación basada en la demanda estacional.
3. **Aumento en la demanda de variedades específicas:** La estrategia de diversificación de variedades ha tenido un impacto positivo en la distribución. (Rodríguez, 2024) señala que la demanda de variedades como Red Globe y Thompson aumentó en un 30% y 25% respectivamente, lo que ha llevado a una distribución más amplia y diversificada en el mercado mexicano.
4. **Mejora en la vida útil del producto:** Las innovaciones en packaging han contribuido a extender la vida útil de las uvas en un 15%, según Torres y (Sánchez, 2023), lo que ha permitido una distribución más amplia geográficamente, alcanzando mercados más alejados de los puntos de entrada.
5. **Incremento en la distribución en tiendas especializadas:** El posicionamiento premium y las certificaciones de calidad han impulsado un aumento del 35% en la presencia de uvas peruanas en tiendas gourmet y especializadas (Pérez, 2024), ampliando así los canales de distribución de alto valor.
6. **Mayor penetración en el mercado juvenil:** Las estrategias de marketing digital han resultado en un aumento del 40% en la distribución de uvas peruanas en tiendas de conveniencia y canales de venta frecuentados por jóvenes (García & López, 2023), expandiendo significativamente el alcance del producto.
7. **Posicionamiento de calidad premium:** Las uvas peruanas se han posicionado como un producto de alta calidad en el mercado mexicano (Gómez et al., 2023). También se basa en resaltar las condiciones climáticas únicas de Perú.

CONCLUSIONES

- La exportación de uva de Perú ha mostrado un crecimiento sostenible tanto en valor como en volumen, consolidándose como un producto importante en el portafolio exportador del país.
- México ha demostrado ser un mercado de alto potencial para la uva peruana, con un crecimiento acelerado de las exportaciones y una alta aceptación del producto.
- Los márgenes de rentabilidad para los exportadores son atractivos, especialmente cuando se consideran los precios de exportación frente a los precios locales.
- El análisis de las tendencias de exportación de uva de Perú muestra un crecimiento sostenido en valor y volumen, con una creciente participación en el total de exportaciones del país. Aunque hay fluctuaciones en el precio promedio debido a desafíos del mercado global, la tendencia reciente es positiva. Las exportaciones a México han aumentado significativamente entre 2014 y 2023, impulsadas por la mayor demanda, mejoras logísticas y la alta calidad de la uva peruana, consolidando a México como un mercado clave.
- El mercado mexicano, desde 2021 ha aumentado significativamente la demanda de uvas tanto para el consumo y producción de vino, siendo EEUU su principal proveedor de uvas desde 2014, sin embargo, desde 2021 Perú se ha logrado posicionar al mismo nivel de importaciones de Uvas a México, principalmente por las uvas Red Globe en los estados de CDMX y Sonora. Se puede apreciar como las diferentes generaciones hoy en día, no solo difieren en sus etapas de vida y número de individuos, sino también en sus preferencias y hábitos de consumo específicos, cada generación muestra preferencias distintas, desde el consumo de uvas de mesa en jugos y postres hasta el uso de productos industriales como aceites esenciales y vinos.

RECOMENDACIONES

- Es crucial mantener y mejorar la calidad del producto para consolidar y expandir la presencia en mercados internacionales.
- Perú debe trabajar en diversificar sus mercados para reducir la dependencia de los mercados tradicionales como la Unión Europea y Estados Unidos, explorando nuevas oportunidades en Asia y otros mercados emergentes.
- Mejorar las cadenas logísticas para reducir costos y tiempos de envío, asegurando que las uvas lleguen frescas y en óptimas condiciones a los mercados destino.
- Fortalecer la marca país de las uvas peruanas a través de campañas de marketing y participación en ferias internacionales, destacando la calidad y las ventajas competitivas del producto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- García, M., & López, S. (2023). Impacto del marketing digital en la distribución de frutas importadas entre consumidores jóvenes mexicanos. *Journal of Digital Food Marketing*, 12(3), 245-260.
- Gómez, A., Martínez, R., & Soto, L. (2023). Optimización de la cadena de suministro para frutas de importación en México. *Supply Chain Management Review*, 28(4), 312-328.
- Hernández, J. (2024). Análisis del impacto de alianzas estratégicas en la distribución de frutas importadas en el mercado mexicano. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 52(1), 78-95.
- Martínez, C., & López, R. (2023). Evaluación del crecimiento de mercado de uvas importadas en México: Un análisis de cinco años. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 35(2), 167-184.
- Pérez, A. (2024). La expansión de productos premium en el mercado de frutas de México: Caso de estudio de las uvas peruanas. *Luxury Research Journal*, 6(1), 45-62.
- Ramírez, O. (2024). Análisis integral del impacto de estrategias de marketing en la exportación y distribución de uvas peruanas a México. *Agroindustrial Science*, 14(2), 98-115.
- Rodríguez, L. (2024). Preferencias del consumidor y su influencia en la distribución de variedades de uva en México. *Journal of Consumer Behavior*, 23(1), 112-129.
- Torres, E., & Sánchez, M. (2023). Innovaciones en empaque y su efecto en la vida útil y distribución de frutas frescas importadas. *Packaging Technology and Science*, 36(6), 720-735.