

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Perfil de Producto-Mercado

**UVA FRESCA EN EL
MERCADO CHINO**



prom
perú

Contenido

1. Descripción del Producto	3
2. Competencia	4
3. Canales de Distribución	6
4. Logística.....	7
5. Requisitos de Ingreso:.....	8
6. Potencial del Producto peruano	10
7. Producción de uvas en el Perú: Red Globe	16
8. Información de Interés.....	18

PERFIL DE MERCADO: UVA FRESCA EN CHINA**1. Descripción del Producto**

Para la elaboración de este perfil se han considerado las siguientes partidas:

- Partida Arancelaria de la uva fresca en Perú: 0806100000
- Partida Arancelaria de la uva fresca en China: (se detalla en el siguiente cuadro)

Cuadro N° 1
China: Partidas de Uvas Frescas

Partida China	Descripción*	Arancel NMF	Arancel Pref. Perú	
			2011	2012
08061000	Uvas Frescas	13.0%	2011	5.2%
			2012	3.9%
			2013	2.6%
			2014	1.3%

Fuente: Arancel de Aduanas de China

En la actualidad, y como resultado de la preferencia obtenida en el marco del TLC Perú – China, la tarifa arancelaria aplicada a la uva de origen peruano es de 5.2%. Dicho impuesto sufrirá un proceso de desgravación anual del 1.3% y llegará a cero en el 2015.

Cuadro N° 2
China: Aranceles de Principales Proveedores de Uvas Frescas

Partida China	EE.UU	Chile
08061011	13.0%	5.2%

Fuente: Customs Tariff Schedule de EEUU, Chile

Dadas las regulaciones existentes con los principales proveedores de uva, los únicos países que gozan del beneficio de desgravación arancelaria son Chile y Perú; al estar vigente un acuerdo de promoción comercial.

La importación mundial de uvas de mesa es de US\$ 5,400 millones¹. Al cierre del año 2010, China se ubicó en el octavo lugar en valor importado de uvas y el tercer lugar en cantidad importada².

Los precios vienen siguiendo una trayectoria creciente como podemos apreciar en el siguiente cuadro. Este dinamismo en los precios podría asociarse a la demanda de un producto de mayor calidad.

¹ Global Trade Atlas

² Global Trade Atlas

Cuadro N° 3
China: Importaciones de Uvas Frescas (cifras en millones)

	2006	2007	2008	2009	2010	VAR.% 10/09
Valor US\$	69	63	95	171	189	10.8
Volumen (KG)	46	43	52	54	44	-19.5
Precio Unitario (US\$/KG)	1.51	1.48	1.84	1.90	2.32	22.1

Fuente: Global Trade Atlas

La población china es casi cinco veces mayor que la de Estados Unidos y en promedio gastan el 39% de sus ingresos en alimentos³. Dado que la dotación de suelo cultivable es limitada, al igual que otros recursos naturales, este país asiático debe importar fuertes volúmenes agrícolas.

China es el país que consume la mayor cantidad de frutas y particularmente las uvas son las más demandadas⁴. Dado el gran consumo interno, China tiene que abastecerse de importaciones.

2. Competencia

2.1. Principales Proveedores

Desde ya hace varios años, Chile se ha posicionado como el principal protagonista en el abastecimiento de uvas frescas con 51% de participación en el mercado chino; seguido de Estados Unidos con 39% y Perú con 10%.

Cuadro N° 4
China: Proveedores de Uvas Frescas
Enero – Diciembre

RK	País Socio	US\$ (millones)					% de Participación					Var.% 10/09
		2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010	
1	Chile	37	29	45	94	96	52.8	45.6	47.6	55.2	50.6	1.6
2	Estados Unidos	30	25	38	57	73	42.8	39.4	40.5	33.3	38.6	28.4
3	Perú	3	8	10	13	19	4.3	13.1	10.9	7.4	10.1	51.6
	Subtotal	69	62	93	164	188						
	Mundo	69	63	95	171	189						

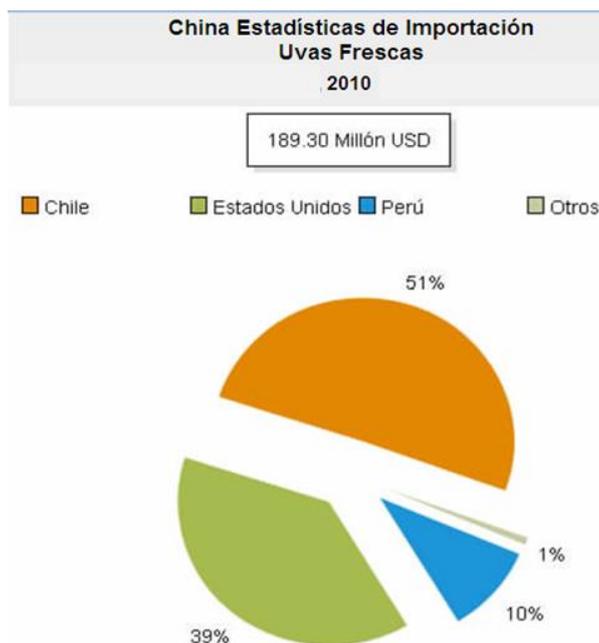
Fuente: Global Trade Atlas

Como se mencionó anteriormente Estados Unidos no cuenta con un arancel preferencial, sin embargo este ocupa el segundo lugar con un valor de exportación mucho más alto que el de Perú.

Gráfico N° 1

³ Cámara de Comercio Peruano China: Exportaciones de uva a la República popular China.

⁴ Estadísticas Euromonitor



Fuente: Global Trade Atlas

Cuadro N° 5
China: Importaciones de Uvas Frescas (millones de KG)
Enero – Diciembre

RK	País Socio	Cantidad (millones)					Var.% 10/09
		2006	2007	2008	2009	2010	
1	Chile	25	23	28	54	44	-19.5
2	Estados Unidos	19	14	18	25	29	17.0
3	Perú	2	5	6	6	8	30.8
	Mundo	46	43	52	90	82	9.0

Fuente: Global Trade Atlas

Al igual que en el valor de las importaciones, Perú ocupa el tercer lugar como proveedor de uvas en el mercado Chino y envía 8 millones de kg. Si bien este volumen representa una pequeña participación en el total, se registra un interesante crecimiento de las importaciones en valor y en cantidad, las cuales han tenido una variación positiva de 52% y 31% en el año 2010, respectivamente.

2.2. Precios Unitarios

Al cierre del año 2010, Chile registra los precios unitarios más bajos entre los principales países ofertantes. Los únicos países que han presentado una tendencia hacia el alza son Estados Unidos y Perú. Esto se debe a que para Estados Unidos el factor logístico y la identificación plena de los canales de distribución influye en la asignación de sus precios, en tanto que para Perú influyen el factor de calidad y estacionalidad.

Cuadro N° 6

**China: Precio Unitario de Uvas Frescas (US\$/KG)
Enero – Diciembre**

RK	País Socio	Valor unitario US\$/KG					Var.% 10/09
		2006	2007	2008	2009	2010	
1	Estados Unidos	1.55	1.81	2.16	2.27	2.49	26.2
2	Perú	1.41	1.58	1.85	2.06	2.39	9.8
3	Chile	1.49	1.25	1.63	1.74	2.20	15.9
	<i>Mundo</i>	<i>1.51</i>	<i>1.48</i>	<i>1.84</i>	<i>1.90</i>	<i>2.32</i>	<i>21.7</i>

Fuente: Global Trade Atlas

2.3. Productos en el Mercado

Los precios de las uvas frescas en China difieren de acuerdo al peso, origen, presentación y variedad. El siguiente cuadro nos muestra el precio de las uvas al consumidor final, en tiendas como: Carrefour y Long Wu. Cabe indicar que la uva Red Globe es la principal variedad importada

**Cuadro N° 7
China: Precio de Uvas a Consumidores Finales**

Producto	Variedad	Distribuidor	Origen	Peso	Precio
	Red Globe	Carrefour	EEUU	1/2 KG	35.80 RMB
			Argentina	1/2 KG	58.00 RMB
		Long Wu	EEUU	8 KG	170 RMB
			China	5 KG	45 RMB

Fuente: www.carrefour.com.cn/

3. Canales de Distribución

Las áreas donde se realizan las actividades principales están localizadas cerca a Shanghai, Beijing, Guangzhou y Hong Kong. La distribución al por menor se ha desarrollado en ciudades grandes y el número de los hipermercados se están incrementando rápidamente en la mayoría de las ciudades chinas.

La distribución masiva ha empezado a ser dominada especialmente por grandes grupos asiáticos como Shanghai Bailin, el cual tiene 5,000 outlets de ventas Sin embargo, empresas extranjeras se han establecido exitosamente en China; entre las cuales figuran: Carrefour y Wal-Mart. Los distribuidores chinos tienen la cuota de mercado más significativa. Empresas asiáticas también están presentes en China: Thai Lotus.

En tanto que en las áreas rurales, el comercio tradicional es todavía significativo porque las firmas extranjeras aún no se han establecido en aquellas zonas, en donde se estila a usar un canal más tradicional es decir a través de bodegas.

3.1. Tipos

- *Hipermercados y Supermercados*
Localizados en grandes ciudades chinas, tienen principalmente productos perecibles y no perecibles. Lianhua Supermarket Holdings Co, Beijing HuaLian, Wu-mart, A-Best, Ren Ren Le.
- *Ambulantes y mercados*
Especialmente en áreas rurales, son remplazadas por tiendas en zonas urbanas.

Principales Distribuidores Chinos

- Dalian and Yongyu Fruits y Vegetables Company
- Shanghai New long International Trade Company

4. Logística

La exportación se concentra en Hong Kong, principal puerto de ingreso para bienes de consumo en el mercado chino. El puerto más grande es Shanghai, con un flete marítimo anual de 250 millones de toneladas. El transporte de bienes por carretera representa aproximadamente 12 billones de flete de toneladas. El transporte terrestre contabiliza el 13% del cargo en China. El transporte aéreo representa aproximadamente 2.2 millones de flete de toneladas de mercancías.

Los principales puertos de este mercado son:

- Shanghai
- Dalian
- Tianjin
- Qingdao
- Guangzhou
- Xiamen

Los principales aeropuertos de este mercado son:

- Beijing
- Dalian
- Shanghai
- Chengdu
- Guangzhou
- Shenzhen

En el mercado mayorista, se presentan las cajas del producto según su origen. Es un mercado muy competitivo que mueve una gran cantidad de productos importados de todos nuestros competidores. En el mercado minorista tales como supermercados su presentación es en bandejas especialmente identificadas su peso, precio y variedad.

El mercado minorista de fruta en Beijing, crece en gran escala, y son pequeñas tiendas similares a las de Londres con una presentación impecable y que hoy se muestran en diversos sectores de la ciudad de altos ingresos.

4.1. Fletes

El tiempo que toma un embarque en llegar desde el puerto del Callao hacia Shanghai es de veintiocho días, hacia Ningbo, Qingdao, Tianjin, Yantian es de veintinueve días⁵ y hacia Hong Kong o Shenzhen en treinta días.

Los costos promedio asignados al transporte desde el puerto del Callao hacia los puertos de China son los siguientes:

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por contenedor (USD)
Andina Freight SAC	Flete Marítimo	Contenedor de 20' pies	3,900
Andina Freight SAC	Flete Marítimo	Contenedor de 40' pies	4,200

Elaboración: Promperú

5. Requisitos de Ingreso:

El AQSIQ⁶ es una norma vigente desde el 2005 que trata sobre las “Reglas Administrativas de Inspección, Cuarentena y Supervisión de Ingreso de Fruta Fresca” a China.

Entre los principales alcances de esta normativa se encuentra:

1. Evaluación del Análisis de Riesgo de Plagas por los cuales el AQSIQ establece los requisitos fitosanitarios para la importación.
2. Se debe solicitar el "Quarantine Import Permit", este permiso debe de incluir el puerto de salida del país de origen y los requisitos establecidos en este permiso deben de estar señalados en el contrato. El envío debe de cumplir con los requisitos establecidos en el "Quarantine Import Permit".
3. Previo al ingreso de la fruta, debe de solicitarse al AQSIQ la inspección del envío, adjuntando el original del “Quarantine Import Permit” y el certificado fitosanitario.
4. En el Certificado Fitosanitario:
 - a) El consignatario debe de ser el mismo en todos los documentos.
 - b) Incluir "para ser embarcado a República Popular de China", indicando puerto de destino, nombre, peso, volumen, origen, tipo de embalaje, código de la planta, etc.
 - c) Los envíos a granel especificaran los datos del transporte
 - d) Los envíos que ingresen por HK o Macao deben de estar contenidos en el envase y embalaje original, y deben de adjuntar tres originales del Certificado Fitosanitario

⁵ Sea Freight Exchange (www.searates.com)

⁶ AQSIQ – Department for Supervision on Animal and Plant Quarantine General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China.

5. Para la fruta procesada y empacada que provenga de huertos o plantas registradas, el nombre y origen de la fruta debe de ser consignada en chino en el envase, así como el nombre o código de la planta y la frase " para ser embarcada a la RPP China"
6. AQSIQ verificará el contenido de residuos de plaguicidas en los frutos.
7. Requiere el registro por la OPNF (SENASA) de huertos y plantas de empaque, para asegurar la trazabilidad, solicita que se le envíe el listado de estos huertos y plantas registradas.

5.1. Etiquetado y embalaje

- Clasificación y limpieza: De acuerdo al color y el tamaño de los racimos. En esta etapa será importante la calidad de la mano de obra.
- Empaque: Pesado y preselección. El tamaño de las cajas para la comercialización dependerá básicamente del mercado al que se destine el producto. Antes de cerrar la caja, se deberá colocar un generador de anhídrido sulfuroso.
- Paletizado: Se colocarán las cajas en pallets de madera.



Fuente: Exportando uvas a China

5.1 Proceso de embarque

- Fumigación: Se deberá realizar un tratamiento con fumigantes químicos para eliminar la presencia de posibles plagas.
- Se deberá depositar la uva en cámaras de enfriamiento con aire forzado entre los -5° C y -7° C. Este golpe de frío permitirá disminuir la temperatura de la fruta hasta un nivel cercano a los 0°C.
- Cámara de almacenamiento refrigerado, entre 0°C y 2°C, y a una humedad relativa de entre 85% y 95%.
- Transporte: el transporte deberá de ser muy cuidadoso.

5.2 Unitarización de la carga

Los racimos se deberán depositar dentro de “poly bags”, los cuales irán dentro de una caja plástica que estará cubierta por distintas capas de papel y plástico, y así permitir una mejor ventilación e impermeabilidad.

A continuación, estas cajas se transportarán al servicio de paletizaje, luego a una pre-cámara, un túnel de frío (que pondrá la caja a 0 grados en unas 4 horas aproximadamente) y finalmente pasar a una cámara para ser llevadas a un contenedor de 40' pies.

En resumen se tiene que tener lo siguiente:

- Certificación fitosanitaria de lugar de producción.
- Certificación de plantas de tratamiento y/o empaque.
- Certificación de tratamiento cuarentenario en frío.
- Etiquetado de envases.
- Cumplimiento de normas de embalaje de madera.
- Certificación fitosanitario de exportación: Debe indicar la información de conformidad al protocolo.

6. Potencial del Producto Peruano

6.1. Exportaciones de Uvas

Las exportaciones peruanas de uvas frescas muestran una tendencia creciente en los últimos años. En el 2010 totalizaron US\$ 187 millones, lo que representó un crecimiento de 36.8% respecto al año anterior. No obstante, la participación de Perú como proveedor de China representa sólo el 4.3%⁷ de ese mercado.

Cuadro Nº 10
Perú: Exportaciones de Uvas Frescas

Año	Exportaciones de Uvas Peruanas al Mundo				Exportaciones a China		
	Valor FOB (Mill. US\$)	Var. %	Peso Neto (Mill. KG)	Var. %	# Empresas	Valor FOB (Mill. US\$)	# Empresas
2000	6	--	3	--	12	--	--
2001	11	88.2	7	118.6	16	--	--
2002	18	59.9	12	79.0	17	--	--
2003	23	29.6	13	9.2	19	--	--
2004	21	-10.1	11	-15.4	21	--	--
2005	34	61.9	19	76.1	29	0	1
2006	51	49.1	28	45.8	39	1	7
2007	61	19.7	26	-5.8	41	3	4
2008	83	37.7	44	68.2	48	8	10
2009	136	62.8	61	38.0	69	6	11
2010	187	35.3	78	26.1	86	8	19

Fuente: Sunat. Elaboración Promperú

⁷ US\$ 8 millones se exportan a China y US\$ 187 millones al mundo

6.2. Empresas Exportadoras Peruanas

En el año 2010 se registraron 86 empresas exportadoras de uvas frescas a nivel mundial, de las cuales sólo diecinueve exportaron a China. La principal empresa exportadora es Complejo Agroindustrial Beta, la cual representa el 48.1% de las exportaciones al mercado chino.

Cuadro Nº 9
Perú: Empresas Exportadoras de Uvas Frescas a China, Valor FOB US\$

	2006	2007	2008	2009	2010
Complejo Agroindustrial Beta	280,215	2,197,904	5,979,188	4,398,094	3,609,982
Corporación Agrolatina	--	--	31,920	485,412	902,818
Consortio Norvid	--	--	64,444	150,294	464,459
Agrícola Blanca María	--	--	--	--	348,076
Sociedad Agrícola Don Luis	--	--	31,863	--	344,280
Agrícola Andrea	103,440	243,742	716,864	395,427	231,657
Agrícola Chapi	--	--	--	--	207,701
Agrícola Riachuelo	--	--	--	254,085	207,250
Agrícola Guayabo	--	--	--	43,434	174,648
Exportadora Safco Peru	--	--	--	--	167,914
Agrícola Carmen Luisa	--	--	212,610	62,358	162,235
Camposol	--	--	--	--	143,894
Vitivinícola Majoro	--	--	--	--	119,700
Sociedad Agrícola Drokasa	--	--	--	--	95,966
Agro Victoria	--	--	69,175	--	92,520
Fundo Sacramento	217,766	105,400	149,559	--	86,278
Agrícola Challapampa	--	--	--	--	78,724
Agrícola La Joya	--	--	--	--	78,660
Agrícola e Industrial La Pradera	--	--	--	82,080	33,653
SUBTOTAL	601,421	2,547,046	7,255,623	5,871,184	7,550,445
TOTAL	1,092,396	2,896,648	7,575,858	6,090,391	7,550,445
Total Empresas	7	4	10	11	19

Fuente: Sunat. Elaboración Promperú

La estacionalidad juega un papel predominante en la competitividad y en el desarrollo de la oferta exportadora peruana. La cosecha de uva peruana se da en contra estación a la norteamericana y meses antes que la Chilena, esto le permite acceder al mercado chino con mayor ventaja.

Cuadro Nº 10

Estacionalidad de las Uvas Frescas

Perú	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
Flame												
Superior												
Thompson												
Red Globe												
Ribier												

Hemisferio Norte	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
EEUU												

Hemisferio Sur	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
Chile												
Brazil												
Sudafrica												

Fuente: Minag

6.3. Competitividad del Producto en el Mercado

Para analizar la competitividad que presenta la uva fresca, se ha utilizado el *Competitive Analysis of Nations (CAN)*⁸, metodología desarrollada por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL).

Para aplicar esta metodología se halló la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizada de las importaciones del periodo comprendido entre los años 2006 y 2010. Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar los productos.

Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Los resultados⁹ permiten obtener un análisis desde tres puntos de vista:

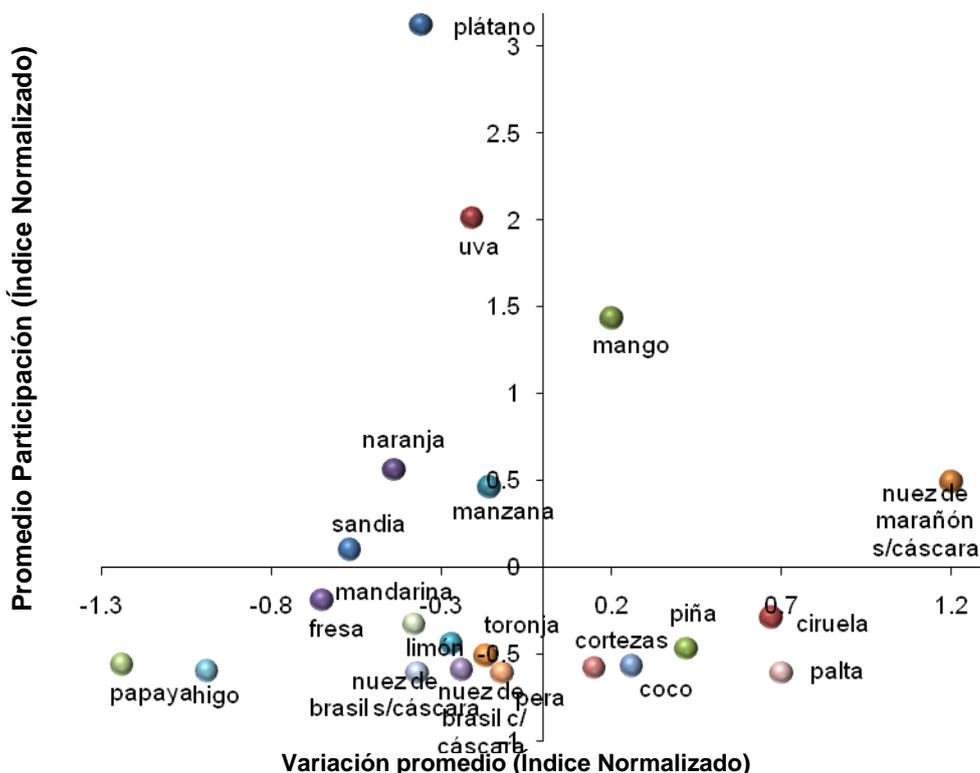
En el mercado peruano, y específicamente en la línea de frutos comestibles, las uvas frescas se constituyen como un producto “**estrella**”. Es decir, las exportaciones peruanas de uvas han mostrado una participación y variación promedio altas durante el periodo 2006-2010 al interior del sector frutícola.

Al realizar el análisis en el sector frutícola del mercado chino, las uvas frescas se ubican como un producto “**consolidado**”. Esto implica que las importaciones chinas de este producto en el periodo 2006 - 2010 han mostrando una participación alta en el sector frutícola del país. Sin embargo, el crecimiento promedio en los últimos años ha sido bajo. Los resultados encontrados se grafican a continuación.

⁸ CEPAL. CAN 2000: Un programa de cómputo para analizar la competitividad internacional de países y regiones. Guía del Usuario. Santiago, Chile. 2000.

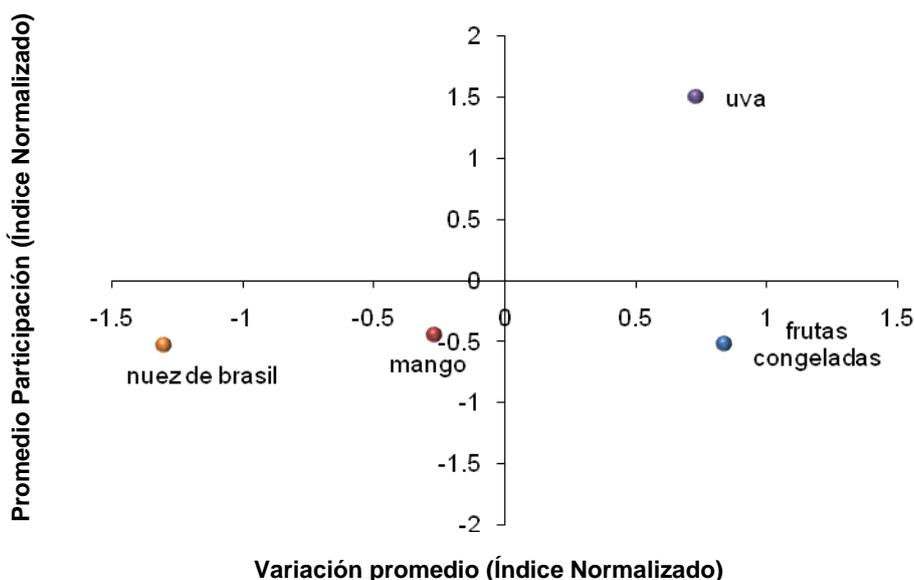
⁹ Los gráficos no incluyen el 100% de los productos considerados dentro del sector de industria alimentaria.

China: Importación Mundial en el sector frutícola

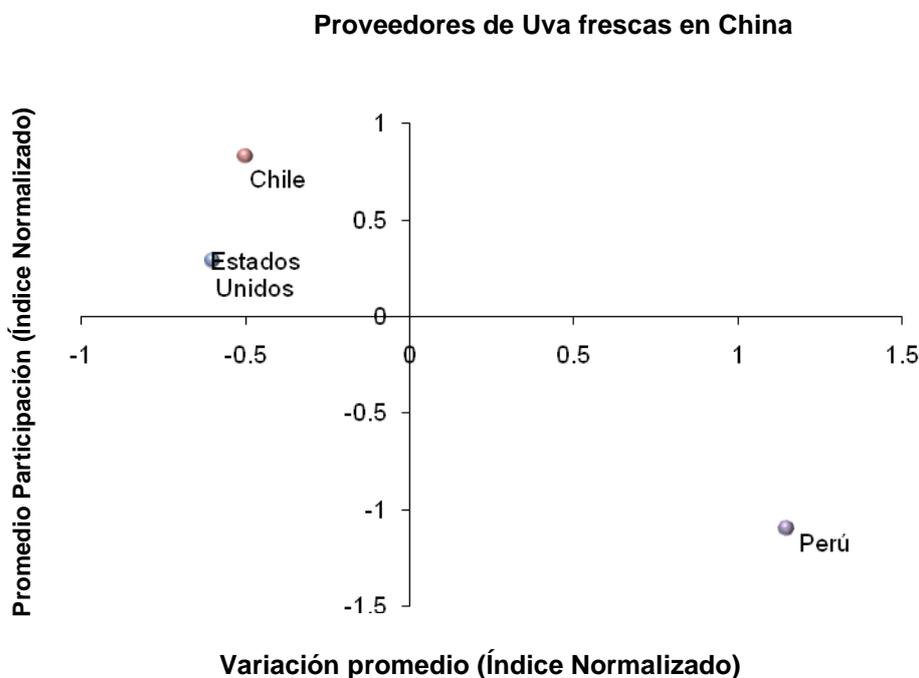


Si se analiza la situación de las exportaciones de las uvas frescas peruanas en el mercado de importaciones chino, estas se ubican en el cuadrante que las caracteriza como un producto “estrella”. Esto se debe a una participación promedio alta en el año 2010, así como a un crecimiento promedio anual alto entre los años 2006 y 2010 dentro del sector de industria frutícola chino.

China: Importación de productos peruanos en el sector frutícola



De acuerdo a la matriz presentada, el Perú está ubicado en el cuadrante “prometedor” debido a que su participación como proveedor del mercado chino ha mantenido su participación promedio, en tanto que su crecimiento ha registrado un considerablemente crecimiento en los últimos cinco años.



6.4. Tendencias en el Mercado Chino

Existe un futuro promisorio para alimentos orgánicos, frescos y naturales. Las uvas, filetes congelados y mangos figuran entre los productos perecibles con las tasas más altas de crecimiento anual. Cabe indicar que China es el país que mayor cantidad de fruta consume a nivel mundial y es la uva la fruta más demandada. La variedad que más gustan es la red globe. Sin embargo hay otras variedades que también ingresan al mercado chino como: Thompson, Flame y Ribier. El consumo de las uvas está muy vinculado a las festividades que se celebran en china como: Fundación de la República China (1º de enero), cambio de Año Chino (29 de enero), Día del Trabajo (1º de mayo), Día Nacional (10 de octubre). Las tendencias que se tienen para el gasto en alimentos siguen siendo altas, ya que pasa el cuarenta por ciento de los ingresos.

Las preferencias de los consumidores van a depender de donde estén ubicados y la cultura de cada región.

El Núcleo del Sur: Cuyas ciudades más representativas son Guangzhou, Nanning. Fuertemente influenciadas por Hong Kong y tienen gustos más influenciados por occidentales y un gran contacto con países tropicales del sur.

La población que pertenece a este núcleo tiene la costumbre de comprar en general fruta para regalar en ocasiones especiales (obsequio). El tipo de uva que consumen es la californiana, de grano rosado, y tienen preferencias por las frutas tropicales (mangos, guavas, plátanos, etc).

El Núcleo del Centro: Cuyas ciudades más importantes son Shanghai, Nanjing, Hefei, Hangzhou, Suzhou. Estas poblaciones son más cosmopolitas, tienen una influencia Europea arraigada, mayor concentración de riqueza local y poseen mayor elegancia.

En cuanto al comportamiento en el consumo de uva de mesa, ellos poseen una mayor diversidad de gustos, con lo cual da cabida para nichos de mercado con diferentes variedades de uva. Mayor expansión de los supermercados por ende las presentaciones son muy importantes y por ultimo un mayor consumo propio de uva (no lo utilizan tanto para regalo).

El Núcleo del Norte: cuyas ciudades más representativas son Beijing, Tianjing, Jinan, Qingdao, Yantai, Dalian. Estas poblaciones tienen climas más extremos, existe un impacto fuerte de la capital que es Beijing, una elegancia y riqueza, aunque menor que Shanghai. Existe una gran intensidad en la expansión urbana, además de una costumbre muy arraigada por el consumo de frutas.

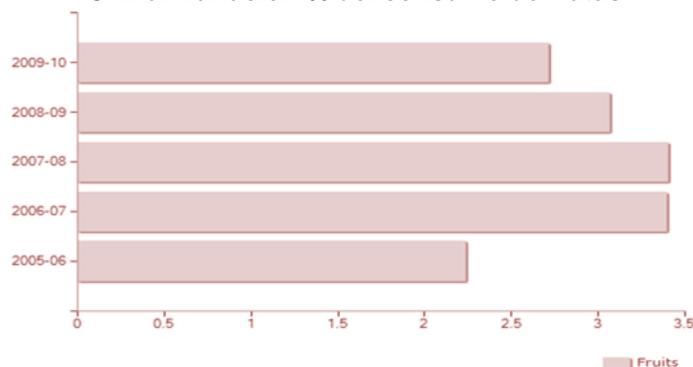
Para este consumidor, la fruta debe de tener mucho gusto, debe dar placer al paladar, tiene que existir mayor diversidad de colores, menos influencia de la uva tipo californiano, pero están menos dispuestos a pagar por fruta importada.

Cuadro N° 11
China: Consumo Doméstico de Uvas Frescas por Año (en TM)

Año	Consumo Doméstico	Var. %
2000	3,015,598	--
2001	3,733,198	23.8
2002	3,772,703	1.1
2003	4,170,108	10.5
2004	4,065,531	-2.5
2005	4,076,476	0.0
2006	4,658,440	14.3
2007	4,639,014	-0.4
2008	4,969,900	7.1
2009	5,650,740	13.7
2010	6,165,000	9.1

Fuente: IndexMundi

Gráfico N° 2
China: Variación % del consumo de frutas



Fuente: Euromonitor

Cuadro Nº 12
China: Consumo de frutas en miles de toneladas

2005	2006	2007	2008	2009	2010
70,881	72,471	74,934	77,487	79,864	82,036

Fuente: Euromonitor

7. Producción de Uvas en el Perú: Red Globe

La producción de la uva ha tenido una tendencia creciente en los últimos años, a un ritmo de 10.7% entre los años 2000 y 2009, como resultado de las mayores hectáreas destinadas a su producción y a los mayores rendimientos por hectárea cosechada.

Cuadro Nº 15
Perú: Producción Total de Uvas

Años	Total Prod.	Var. %
2000	107,035	--
2001	127,517	19.1
2002	135,530	6.3
2003	145,968	7.7
2004	155,445	6.5
2005	169,540	9.1
2006	191,642	13
2007	196,604	2.6
2008	223,371	13.6
2009	264,368	18.4

Fuente: OEEE, Minag

La producción peruana de uva se concentra principalmente en Ica, que abarca más del 48% del total. Le sigue Lima (20%), La libertad (16%), Piura (5%) y Arequipa (3%). Si bien Ica registra el mayor porcentaje de participación, esto se debe a que se cosecha tanto para el mercado internacional como para el local. En cambio, Piura, Trujillo, Chiclayo, Ancash y Arequipa se enfocan más en producciones para el mercado extranjero.

Es importante mencionar que departamentos como Piura y Arequipa han incursionado en el cultivo de este producto. Aunque su producción todavía es pequeña, esta ha registrado importantes incrementos.

De igual manera, en los últimos dos años Ancash ha incrementado su producción de manera extraordinaria debido al mejor rendimiento que tienen las tierras cosechadas en dicho departamento.

Cuadro Nº 16
Perú: Producción Total de Uvas (t)

Años	Arequipa	Ica	La Libertad	Lima	Piura
2005	2,287	69,729	45,517	41,534	--
2006	3,577	88,145	44,441	44,339	205
2007	3,848	83,034	44,997	50,486	400
2008	5,865	102,717	41,285	55,466	452
2009	7,947	127,137	43,286	54,147	15,090

Fuente: OEEE, Minag

Como se puede observar en el siguiente cuadro, existe un crecimiento sostenido de áreas cosechadas en los principales departamentos de producción, lo cual demuestra la importancia del impulso que el país le da a las obras ya sea en el norte como en el sur del litoral.

Cuadro Nº 17
Perú: Superficie Cosechada de las Uvas (ha)

Años	Arequipa	Ica	La Libertad	Lima	Piura
2005	310	5,172	1,757	3,203	--
2006	379	5,057	1,663	3,286	8
2007	383	5,543	1,674	3,359	18
2008	616	6,111	1,679	3,449	47
2009	624	6,087	1,698	3,482	593

Fuente: OEEE, Minag

Dadas las nuevas tecnologías que se están aplicando tanto en irrigación como en la siembra, se ha logrado conseguir que las áreas de cultivo mejoren su rendimiento. Esto lo demuestra el cuadro a continuación.

Cuadro Nº 18
Perú: Rendimiento de las Uvas (kg/ha)

Años	Arequipa	Ica	La Libertad	Lima	Piura
2005	7,376	13,481	25,908	12,967	--
2006	9,439	17,429	26,725	13,493	25,625
2007	10,047	14,980	26,873	15,030	22,222
2008	9,521	16,808	24,589	16,082	9,617
2009	12,735	20,888	25,500	15,551	25,447

Fuente: OEEE, Minag

8. Información de Interés

8.1. Ferias

ASIA FRUIT LOGISTICS

Septiembre 07-09, 2011

Shangai - Shanghai New International Expo Centre

Asia Fruit Logística, es la feria líder en Asia sobre negocios internacionales de fruta fresca y verduras. Esta se lleva a cabo en Hong Kong y combina la experiencia de una feria internacional con un congreso especializado bajo el mismo nombre.

A continuación se listan ferias relacionadas a alimentos procesados:



FHC - FOOD & DRINK

Noviembre 16, 2011

Shangai - Shanghai New International Expo Centre

FHC China es la exposición a la alimentación, bebidas, hostelería, panadería y ventas al por menor en Shanghai. FHC China en los productos de gama de presentación del café, el vino, los productos frescos a los productos lácteos y alimentos procesados, a los equipos de servicio de alimentos y suministros.



PROPAK CHINA

Julio 13, 2011

China, Shangai - Shanghai New International Expo Centre

Propack China, Shanghai es la única exposición que integra el procesamiento y envasado. PROPAK CHINA proporciona las siguientes industrias: alimentos, bebidas, cosméticos, productos de consumo, bienes de consumo y la electrónica, entre otros.



FI ASIA CHINA

Junio 21, 2011

China, Shangai - Shanghai New International Expo Centre

Los expositores en FI de Asia y China son los siguientes: Las empresas que cultivar, extraer, procesar o suministro de ingredientes para alimentos y bebidas, salud, nutraceuticos, orgánicos y funcionales, ingredientes naturales utilizados en los alimentos y bebidas, remedios médicos y nutraceuticos, y los vendedores: procesamiento, seguridad servicios, industria alimentaria y de bebidas.



PPI CHINA

Junio 10, 2009

China, Guangzhou - Guangzhou International Convention and Exhibition Center

PPI China en Guangzhou presenta lo último en soluciones de vanguardia para la fabricación de alimentos y bebidas. En PPI China se exponen máquinas para el procesamiento de alimentos sólidos y líquidos, máquinas



para la elaboración de la carne. El material de envasado de codificación, etiquetado moldes de soplado Envasado al Vacío.

PACKTECH AND FOODTECH CHINA

Mayo 14, 2008

*Packtech & Foodtech China: Feria de Packaging y Alimentos
China, Shangai - Shanghai New International Expo Centre*



Packtech & Foodtech China es una feria internacional sobre procesamiento y empaque de alimentos. Sus expositores presentan novedades sobre: materias primas, máquinarias, impresoras, codificación, marcado, manipulación y almacenamiento, separación, extracción, mezclado, manejo de líquidos y mucho más.

8.2. Oficinas Económicas en China

- Embajada del Perú en Pekín
Encargado de Asuntos Comerciales: Ing. Jorge Eduardo Chian Chon
Teléfono: (86-10)-65322494 / 21
E-mail; jchian@embaperuchina.com.cn
- Consulado General en Shanghai
Encargado de Asuntos Comerciales: Vladimir Kocerha Cavero
Teléfono: 86-21-5298-5900
E-mail: commercial@conpersh.com

8.3. Consejeros Económicos Comerciales

Embajada del Perú en Pekín
Ing. Jorge Eduardo Chian Chong
Teléfono: (86-10)-65322494 / 21
E-mail: jchian@embaperuchina.com.cn

Consulado General en Shanghai
Vladimir Kocerha Cavero
Teléfono: 86-21-5298-5900
E-mail: commercial@conpersh.com

Consulado del Perú en Hong Kong
Min. David Málaga Ego-Aguirre
Teléfono: 852 28682622
E-mail: peruhkmc@netvigator.com

8.4. Direcciones de Interés

- **Administración de Certificación y Acreditación (CNCA)**
<http://219.238.178.8/20040420/column/227.htm>
- **Administración Estatal de Alimentos y Medicamentos (SFDA)**
<http://eng.sfda.gov.cn/eng/>
- **Administración Estatal de Industria y Comercio (SAIC)**

<http://www.saic.gov.cn/english/default.htm>

- **Aduana China**
<http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/>
- **Barreras comerciales en China**
<http://ec.europa.eu/enterprise/tbt/>
- **China: Administración General para la Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ)**
<http://www.aqsiq.gov.cn>
- **Ministerio de Agricultura de la República Popular de China**
<http://www.agri.gov.cn/>
- **Oficina Nacional de Estadísticas**
<http://www.stats.gov.cn/english/>
- **Federación china de embalaje y empaquetado**
<http://www.cpta.org.cn/index-e.htm>