

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

**información**

2011

Perfil de Producto-Mercado

**PERFIL DE UVA  
FRESCA EN EL  
MERCADO  
CANADIENSE**



*prom*  
perú

**Contenido**

1. Descripción del Producto .....	3
2. Competencia .....	4
3. Canales de Distribución .....	8
4. Logística.....	11
5. Requisitos de Ingreso:.....	11
6. Potencial del Producto Peruano.....	12
7. Producción de Uvas en el Perú: Red Globe.....	18
8. Información de Interés.....	20

Este documento recoge información facilitada por el Consejero Comercial en Canadá, Señor José Eyzaguirre respecto a los canales de distribución, competencia y preferencias del consumidor.

## PERFIL DE MERCADO: UVA FRESCA EN CANADÁ

## 1. Descripción del Producto

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

- Partida Arancelaria de la uva fresca en Perú: **080610000**
- Partida Arancelaria de la uva fresca en Canadá: (se detalla en el siguiente cuadro)

**Cuadro N° 1**  
**Canadá: Partidas de Uvas Frescas**

Partida Canadá	Descripción*	Arancel NMF 2011	Arancel Pref. Perú
<b>08061011</b>	Uvas de la especie <i>Vitis labrusca</i> , en su estado natural: importado durante los periodos solicitados, no excediendo las 15 semanas dentro del periodo de los 12 meses.	1.41 ¢/kg	0%
<b>08061019</b>	Uvas de la especie <i>Vitis labrusca</i> , en su estado natural: Otros	Libre	0%
<b>08061091</b>	Otros: En su estado natural	Libre	0%
<b>08061099</b>	Otros: Otros	6.0%	0%

Fuente: Arancel de Aduanas de Canadá

\* Mercancías agrícolas y hortícolas cultivadas en el territorio de una Parte, deberán ser tratadas como originarias aun cuando se cultiven a partir de semillas, bulbos, tubérculos, rizomas, esquejes, injertos, retoños, yemas u otras partes vivas de plantas importadas de un país no Parte.

Dadas las regulaciones existentes hoy en día con los principales proveedores, los únicos países que gozan del beneficio arancelario en Canadá son: EEUU, Chile, México y Perú; por contar con un acuerdo de promoción comercial con dichos países. Brasil y Sudáfrica no cuentan con un acuerdo bilateral, sin embargo gozan de beneficios para ciertas partidas por estar dentro del Sistema Generalizado de Preferencias.

**Cuadro N° 2**  
**Canadá: Aranceles de Principales Proveedores de Uvas Frescas**

Partida Canadá	EE.UU	Chile	México	Brasil	Sudáfrica
08061011	0%	0%	0%	1.41 ¢/kg	1.41 ¢/kg
08061019	0%	0%	0%	0%	0%
08061091	0%	0%	0%	0%	0%
08061099	0%	0%	0%	6.0%	6.0%

Fuente: Customs Tariff Schedule de EEUU, Chile, Mexico, Brasil, Sudáfrica

La importación mundial de uvas de mesa es de US\$ 5,400 millones<sup>1</sup>. Al cierre del año 2010 Canadá se ubicó en el quinto lugar en valor importado de uvas y en el primer lugar en cantidad importada<sup>2</sup>. Los precios vienen siguiendo una trayectoria creciente como podemos apreciar en el siguiente cuadro.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	Var. % 10/09
<b>Valor US\$</b>	321	343	357	369	392	6.3
<b>Volumen (KG)</b>	175	186	193	185	189	1.9
<b>Precio Unitario (US\$/KG)</b>	1.84	1.84	1.85	1.99	2.08	4.3

Fuente: Global Trade Atlas

Este aumento se debe a que el volumen se ha mantenido constante o ha variado ligeramente, mientras que el valor se ha incrementado a lo largo de los años. Lo anterior es explicado por la tendencia en consumo de frutas frescas y productos naturales que vienen adoptando los canadienses desde el 2009. No todas las frutas se han visto favorecidas; en realidad las uvas son las que han registrado caídas y esto también es explicado por un volumen ligeramente menor al año anterior.

## 2. Competencia

### 2.1. Principales Proveedores

**Cuadro N° 4**  
**Canadá: 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	Estados Unidos	137	167	151	176	170	42.5	48.6	42.2	47.7	43.3	-3.5
2	Chile	122	119	150	136	163	37.8	34.7	42.0	36.9	41.7	20.0
3	México	39	35	36	40	36	12.0	10.2	10.1	11.0	9.3	-10.3
4	<b>Perú</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>0.6</b>	<b>0.6</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>121.6</b>
4	Brasil	9	10	7	7	7	2.9	3.0	2.1	1.9	1.9	8.1
6	Sudáfrica	9	6	6	3	3	2.9	1.7	1.7	0.8	0.8	9.8
	Subtotal	318	339	354	366	389						
	Mundo	321	343	357	369	392						

Fuente: Global Trade Atlas

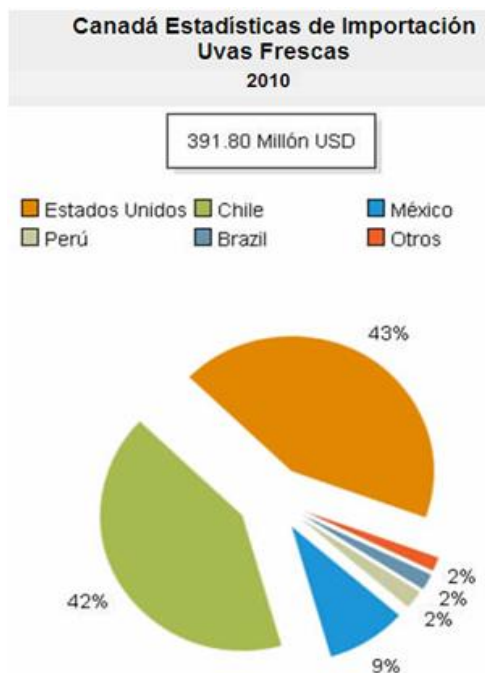
Durante los últimos años, Estados Unidos ha sido el principal protagonista en el abastecimiento de uvas frescas con 43% de participación del mercado canadiense, esto es relacionado a la cercanía geográfica y a la estrecha relación comercial y cultural que existe entre el importador

<sup>1</sup> Global trade.

<sup>2</sup> Global trade.

canadiense y el distribuidor norteamericano. Seguido muy de cerca se encuentra Chile con 42%, quien continúa insertándose en el mercado canadiense con una alta oferta de uvas tipo Flame. En el 2010, el Perú destaca como proveedor que ha registrado el mayor crecimiento, sin embargo su participación es aún mínima. En tanto que Estados Unidos y México registraron menores envíos respecto al año anterior.

Gráfico N° 1



Fuente: Estadísticas de Canadá

En el siguiente cuadro se puede observar la evolución de las cantidades exportadas por los principales países proveedores.

Al igual que en el valor de las importaciones Perú ocupa también el cuarto lugar como proveedor de uvas en el mercado canadiense con una participación que no supera el uno por ciento. Si bien esta proporción es aún pequeña, se registra un interesante crecimiento de las importaciones en valor y en cantidad, las cuales tuvieron una variación positiva de 122% y 94% en el año 2010, respectivamente.

Cuadro N° 5

**Canadá: Importaciones de Uvas Frescas (millones de KG)  
Enero – Diciembre**

RK	País Socio	Cantidad (millones KG)					Var. % 10/09
		2006	2007	2008	2009	2010	
1	Estados Unidos	86	100	99	97	97	-0.7
2	Chile	62	58	65	64	63	-1.6
3	México	16	20	21	19	22	19.0
4	<b>Perú</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>94.0</b>
5	Brasil	3	3	3	2	2	21.6
6	Sudáfrica	4	2	2	1	1	-15.6
	<i>Mundo</i>	<i>175</i>	<i>186</i>	<i>193</i>	<i>185</i>	<i>189</i>	<i>1.9</i>

Fuente: Global Trade Atlas

## 2.2. Precios Unitarios

En los últimos años se ha registrado un incremento promedio de los precios unitarios en el mercado canadiense. Estados Unidos, ha registrado precios unitarios menores al de la mayoría de países ofertantes, con excepción de México. El único país que ha presentado una tendencia constante hacia el alza es Perú. Es importante mencionar que los países ingresan con diferentes tipos de uvas al mercado canadiense, por ejemplo Chile entra mayormente con la variedad Flame y Perú lo hace con la Red Globe, lo cual repercute en el precio.

**Cuadro N° 6**  
**Canadá: 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	1.59	1.66	1.52	1.81	1.76	-2.8
2	Chile	1.96	2.05	2.31	2.12	2.58	21.9
3	México	2.36	1.78	1.71	2.17	1.64	-24.6
4	<b>Perú</b>	<b>2.58</b>	<b>3.09</b>	<b>2.95</b>	<b>3.15</b>	<b>3.60</b>	<b>14.3</b>
5	Brazil	2.96	3.33	2.54	3.83	3.40	-11.1
6	Sudáfrica	2.38	2.48	2.69	2.39	3.11	30.2
	<i>Mundo</i>	<i>1.84</i>	<i>1.84</i>	<i>1.85</i>	<i>1.99</i>	<i>2.08</i>	<i>4.3</i>


Fuente: Global Trade Atlas

## 2.3. Productos en el Mercado

Los precios de las uvas frescas en Canadá difieren de acuerdo al peso, origen, presentación y variedad.

Como se observa en el siguiente cuadro, a Canadá se exporta diferentes tipos de variedades. Entre ellos está Red Globe, Thompson Seedless, Flame Seedless, Black Seedless, entre otras. El primer cuadro muestra el precio de las uvas al consumidor final, mientras que el segundo muestra los precios en el terminal de Toronto, Ontario.




**Cuadro N° 8**  
**Canadá: Precio de Uvas a Consumidores Finales (al 28.02.11)**

Producto	Variedad	Distribuidor	Origen	Peso	Precio
	Extra Large Red or Green Seedless Grapes	Sobeys	Chile	2.84 KG, en bolsa	US\$ 3.55*

\* T/C 1.02353, fecha: 24.03.11  
Fuente: www.sobeys.com

En el segundo cuadro se puede observar como la gran variedad de uvas ofertadas son de origen chileno y sólo la red globe, procedente del Perú, ingresa al mercado canadiense.

**Cuadro N° 9**  
**Canadá: Precio de Uvas en Terminal/Puerto Toronto, Ontario (al 28.02.11)**

Producto	Variedad	Origen	Peso	Precio
	Thompson Seedless Grapes	Chile	1 LB, en bolsa	US\$ 1.94
	White Seedless Grapes	Chile	1 LB, en bolsa	US\$ 1.60
	Flame Seedless Grapes	Chile	1 LB, en bolsa	US\$ 1.03 - US\$ 1.26
	Red Seedless	Chile	1 LB, en bolsa	US\$ 1.54
	Black Seedless	Chile	1 LB, en bolsa	US\$ 1.26 - US\$ 1.49
	Red Globe	Perú	1 LB, en bolsa	US\$ 1.94 - US\$ 2.17

Fuente: USDA

La cercanía de California y México tienen ventaja sobre las uvas de otras procedencias. Esto origina cierta preferencia por la uva californiana al ser la que más tiempo está en el mercado.

No existe una percepción genérica ni específica de la uva peruana. Sin embargo, lo que se ha podido constatar es que su presencia en el mercado de Toronto es corta.

- **Preferencias por el Consumo de Uva Fresca**

<b>Origen</b>	Preferencia por la procedente de California (EE.UU.)
<b>Variedad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Preferencia por la uva sin semilla (seedless), parecida entre los que gustan de las uvas rojas y las verdes</li> <li>▪ Poco conocimiento respecto a los grados.</li> <li>▪ Las marcas no son decisivas para la toma de decisiones de compra</li> </ul>
<b>Calidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Consistencia de ciruela (jugosa), redonda</li> <li>▪ Sin imperfecciones</li> <li>▪ Racimos parejos (pocas uvas pequeñas o podridas)</li> <li>▪ Sabor balanceado entre dulce y amargo</li> </ul>
<b>Precio y Valor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Percepción de que las uvas se ponen de oferta (precios reducidos)</li> <li>▪ Muchos consumidores esperan las épocas de ofertas</li> <li>▪ Actualmente (Julio 2011) hay uva de México y California que van de C\$ 1.99 a C\$ 2.99/libra hasta paquetes de 4 libras por C\$ 7.99 en Costco</li> </ul>
<b>Presentación</b>	Poco uso de material de presentación pues las decisiones se toman basadas en la apariencia (roja/verde)
<b>Empaque</b>	Transparente, bolsas de auto cierre

FUENTE: Value Chain Management Centre, Canada

### 3. Canales de Distribución

Aunque Canadá sea un país muy extenso, la mayoría de la población vive en un radio de 300km de la frontera con Estados Unidos. Consecuentemente, existen muchas semejanzas en los modos de vida canadienses y norteamericanos. Esta sugerencia es recomendada si el volumen inicial de ventas no fuera suficientemente amplio. A medida en que el volumen aumente, el mercado canadiense deberá ser tratado separadamente.

La selección de los canales de distribución para el mercado canadiense es sensiblemente afectada por dos consideraciones importantes:

En primer lugar, la extensión del país. La distancia entre Vancouver (la ciudad más occidental de Canadá) y St. John's (la ciudad más oriental) es de 5.047 Km. Por esta razón, en el caso de

Fuente: Bancomex



que un exportador elija un único punto de distribución en el país, los costos de transporte podrán ser extremadamente elevados.

El segundo factor es la proximidad geográfica de Canadá con los Estados Unidos y la intimidad de la relación económica y comercial entre ambos países. De esta manera se puede inferir que Canadá está altamente influenciado por el sistema de distribución norteamericano.

Son seis las empresas que concentran el 51.24% de las importaciones canadienses, sumando en total veintitrés.<sup>3</sup>



### 3.1. Tipos de puntos de venta

- *Hipermercados y supermercados*<sup>4</sup>: Alimenticios y no alimenticios situados comúnmente en las ciudades Canadienses grandes. Existe al menos uno en cada ciudad.
- *Terminal de Frutas de Ontario-Queensway*: En el terminal se encuentran: importadores, distribuidores y mayoristas

A continuación se presentan las empresas proveedoras de uvas en el mercado canadiense.

<sup>3</sup> CID, Gobierno de Canadá

<sup>4</sup> Laposte-Export Solutions: Cadenas de distribución en Canadá

Nombre de la Empresa	Provincia
AGRI-MONDO INC	Quebec
BOEUF MERITE DIV OF METRO RICHELIEU INC	Quebec
CANADA SAFEWAY LIMITED	Alberta
CANADAWIDE FRUIT WHOLESALERS INC	Quebec
CHENAIL FRUITS & LEGUMES	Quebec
COSTCO WHOLESALE CANADA LTD	Ontario
COURCHESNE, LAROSE, LIMITEE	Quebec
DOMINION CITRUS & DRUGS	Ontario
F.G.LISTER&CO.,LIMITED	Ontario
FBI FOODS LTD/LES ALIMENTS FBI LTEE	Quebec
FRESH TASTE PRODUCE LIMITED	Ontario
FRUITS & LEGUMES GAETAN BONO INC.	Quebec
GAMBLES ONTARIO PRODUCE INC.	Ontario
LOBLAWS INC.	Ontario
METRO ONTARIO INC.	Ontario
NORTH AMERICAN PRODUCE BUYERS LIMITED	Ontario
OVERWATEA FOOD GROUP LIMITED PARTNERSHIP	British Columbia
PROVINCIAL FRUIT CO LIMITED	Ontario
SOBEYS ATLANTIC DIVISION	Nova Scotia
SOBEYS ONTARIO	Nova Scotia
SOBEYS QUEBEC INC	Quebec
STAR PRODUCE LTD	Saskatchewan
THE PRODUCE PEOPLE LTD.	Alberta

Fuente: CID, Gobierno de Canadá

Las principales importadoras canadienses del 2010 fueron: IMEXAGRO, LA HUERTA, THE OPPENHEIMER GROUP, NORTH AMERICAN PRODUCE BUYERS, PROVINCIAL FRUIT y STAR PRODUCE.

#### 4. Logística

##### 4.1. Fletes

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

##### Vía Marítima - Puerto de Canadá

Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por contenedor (USD)
ANDINA FREIGHT SAC	Flete Marítimo	Contenedor de 20' pies	3,450
ANDINA FREIGHT SAC	Flete Marítimo	Contenedor de 40' pies	5,600

Así mismo, el tiempo promedio del transporte del contenedor del puerto de Callao a los puertos canadienses es de quince días.<sup>5</sup>

#### 5. Requisitos de Ingreso:

Las frutas y vegetales frescos deben cumplir con los requerimientos establecidos en:

- La Reglamentación para Productos Frescos de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá.<sup>6</sup>
- La Reglamentación para empaquetado y etiquetado de la Ley Consumer Packaging and Labelling Act.<sup>7</sup>
- La Reglamentación de Alimentos y Medicamentos de la Ley Food and Drugs Act.<sup>8</sup>

Estas regulaciones cubren aspectos de calidad, etiquetado, empaquetado, clasificación, requisitos de salud y de seguridad.

La primera autoridad encargada del control fitosanitario es la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA<sup>9</sup>, institución que juntamente con la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá – CBSA, se encargan de la vigilancia y control fitosanitario en aeropuertos, puertos y zonas de frontera para restringir el ingreso de plagas y enfermedades que amenacen la producción nacional canadiense. Dicho control incluye embalajes, soportes de madera, entre otros.

Una característica que distingue a los productos frescos vendidos en Canadá es su alta calidad. Esto ha logrado que los consumidores, a pesar de estar conscientes de los precios, estén preparados a pagar mayores sumas de dinero a cambio de dichos productos.

<sup>5</sup> Sea Freight Exchange ([www.searates.com](http://www.searates.com))

<sup>6</sup> <http://lawslois.justice.gc.ca/eng/C-0.4/C.R.C.-c.285>

<sup>7</sup> <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/C.R.C.-c.417>

<sup>8</sup> <http://laws.justice.gc.ca/eng/C.R.C.-c.870/index.html>

<sup>9</sup> <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

### 5.1. Etiquetado y embalaje

En el 1991 la asociación canadiense de producción y marketing acordó en eximir etiquetado de los racimos de uva envasado en bolsas claras y sin marcar. Así mismo, se acordó que bolsas de uvas no se cierren de forma segura y que deban seguir un proceso de acopio y empaque enfocado en:

- 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.

### 5.2. 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.

### 5.3. Unitarización de la carga

Los racimos se deberán depositar dentro de “polly 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.

## 6. Potencial del Producto Peruano

### 6.1. Exportaciones de Uvas

Las exportaciones peruanas de uvas frescas vienen mostrando 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 Canadá representa sólo el 1.6%<sup>10</sup> de ese mercado.

---

<sup>10</sup> US\$ 3 millones se exportan a Canadá y US\$ 187 millones al mundo

**Cuadro Nº 10**  
**Perú: Exportaciones de Uvas Frescas**

Año	Exportaciones de Uvas Peruanas al Mundo					Exportaciones a Canadá	
	Valor FOB (Mill. US\$)	Var. %	Peso Neto (Mill. KG)	Var. %	# Empresas	Valor FOB (Mill. US\$)	# Empresas
2000	6	--	3	--	12	0	1
2001	11	88.2	7	118.6	16	0	4
2002	18	59.9	12	79.0	17	1	7
2003	23	29.6	13	9.2	19	0	2
2004	21	-10.1	11	-15.4	21	0	2
2005	34	61.9	19	76.1	29	0	4
2006	51	49.1	28	45.8	39	1	5
2007	61	19.7	26	-5.8	41	1	8
2008	83	37.7	44	68.2	48	1	6
2009	136	62.8	61	38.0	69	1	8
2010	187	35.3	78	26.1	86	3	8

Fuente: Sunat. Elaboración Promperú

## 6.2. Empresas Exportadoras Peruanas

En el año 2010 se registraron 86 empresas exportadoras de uvas frescas a nivel mundial, de las cuales sólo ocho exportaron a Canadá. Son tres las empresas que concentran el 86% de las exportaciones al mercado canadiense, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro Nº 11**  
**Perú: Empresas Exportadoras de Uvas Frescas a Canadá, Valor FOB US\$**

	2006	2007	2008	2009	2010
Sociedad Agrícola Drokasa	516,205	668,418	288,774	652,178	1,922,596
El Pedregal	90,138	43,271	212,738	358,903	739,237
Consortio Norvid	--	--	--	95,559	208,504
Procesadora Laran	--	88,776	253,803	86,700	192,660
Fundo Sacramento	--	--	--	--	114,000
Icasol	--	--	--	77,218	112,320
Sociedad Agrícola Saturno	--	26,762	129,600	62,640	77,760
Corporación Agrolatina	--	--	--	--	38,976
SUBTOTAL	606,343	827,227	884,915	1,333,198	3,406,054
<b>EXPORTACION TOTAL</b>	<b>657,027</b>	<b>1,044,957</b>	<b>942,990</b>	<b>1,420,427</b>	<b>3,406,054</b>
Total Empresas	5	8	6	8	8

Fuente: Infotrade

Sin duda la estacionalidad juega un papel predominante en la competitividad y en el desarrollo de la oferta exportadora.

En el caso de Perú, se tiene una ventaja competitiva en la producción, debido a que esta se da en contra estación respecto a la mayoría de sus competidores. Adicionalmente Chile hace su ingreso meses después, lo que permite aprovechar el mercado de la mejor manera.

**Cuadro N° 12**  
**Estacionalidad de las Uvas Frescas**

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

<b>Hemisferio Norte</b>	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep
EEUU												

<b>Hemisferio Sur</b>	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)*<sup>11</sup>, 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 resultados<sup>12</sup> 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.

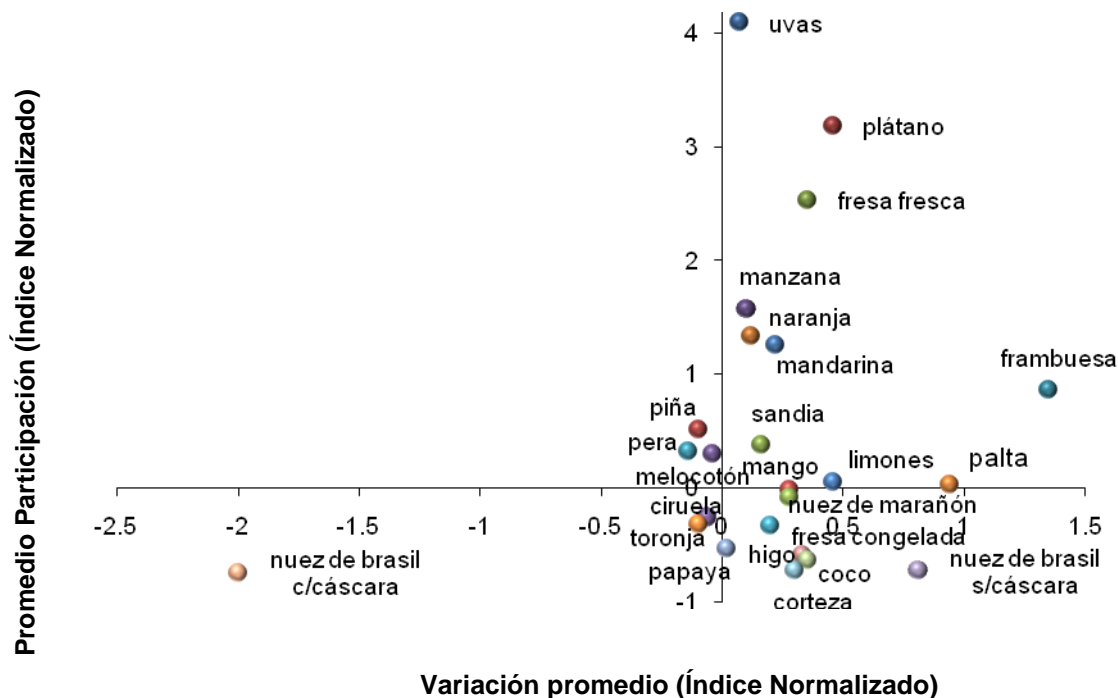
En el mercado canadiense las uvas frescas se ubican como un producto “**estrella**”. Esto implica que las importaciones de este producto realizadas por Canadá en el periodo 2006 -

<sup>11</sup> CEPAL. CAN 2000: Un programa de cómputo para analizar la competitividad internacional de países y regiones. Guía del Usuario. Santiago, Chile. 2000.

<sup>12</sup> Los gráficos no incluyen el 100% de los productos considerados dentro del sector de industria alimentaria.

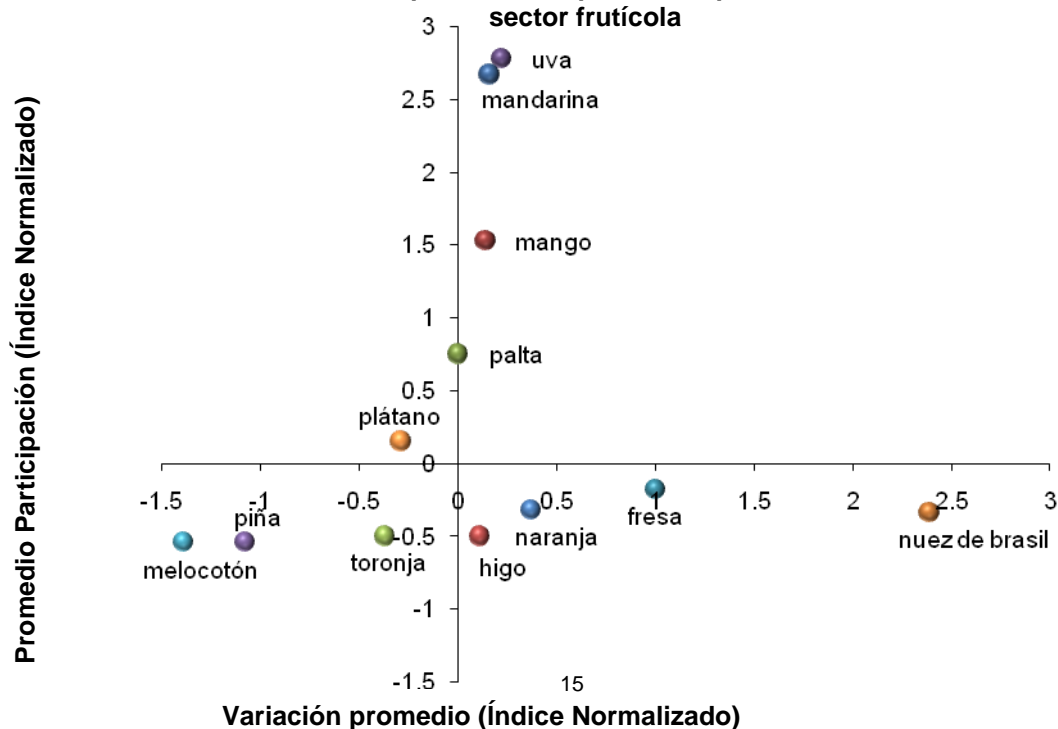
2010 han registrado una participación y variación promedio altas dentro del sector de frutícola canadiense.

**Canadá: Importación Mundial en el sector frutícola**

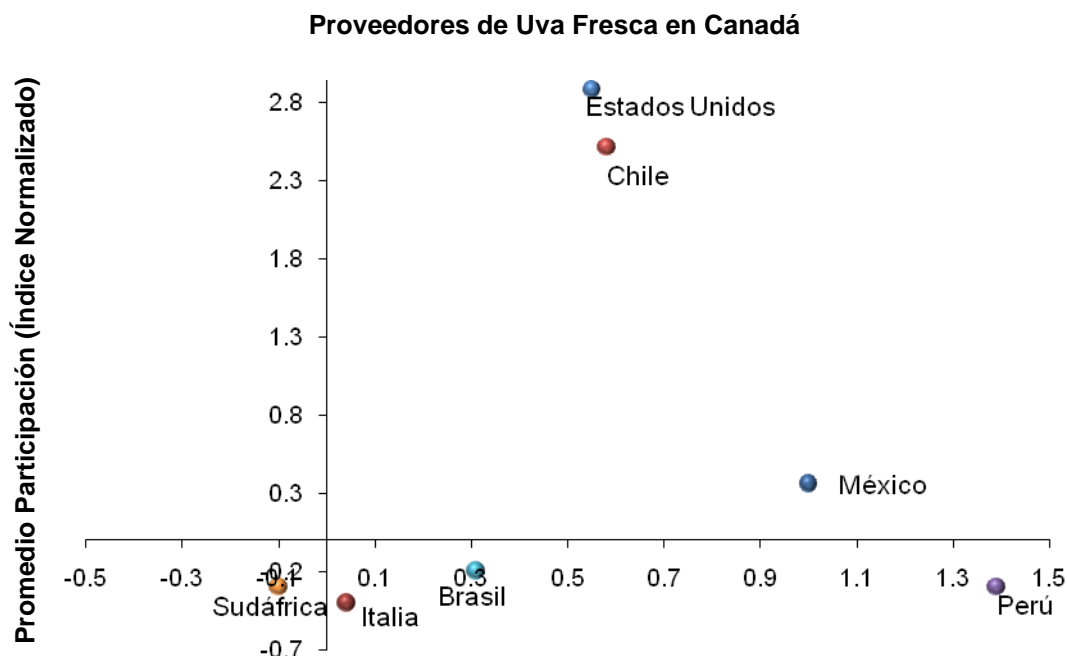


- El comportamiento de las uvas frescas peruanas en el mercado de importaciones canadiense ubican a esta fruta como un producto “estrella”. Esto se debe a una participación promedio alta así como a un crecimiento promedio anual alto entre los años 2006 y 2010 dentro del sector de industria frutícola canadiense.

**Canadá: 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 canadiense ha mantenido su participación promedio, en tanto que su crecimiento ha registrado un considerablemente crecimiento en los últimos 5 años.



#### Variación promedio (Índice Normalizado)

Los resultados de los índices muestran que existe un interesante potencial de crecimiento exportador en el mercado canadiense. En este marco, se podría priorizar la promoción de este producto en las ferias comerciales, agregar un mayor valor agregado a las actuales exportaciones de uvas frescas, continuar incrementando el cultivo de este, entre otros.

#### 6.4. Tendencias en el Mercado Canadiense

Hoy en día las tendencias del mercado canadiense están estrechamente influenciadas por una serie de aspectos entre los cuales encontramos:

- **Crecimiento de los sectores**

Telecomunicaciones, TI, "comercio justo" de productos (café, ropa, zapatos), los productos "orgánicos", los productos farmacéuticos, productos naturales de salud, el turismo, el ocio.

- **Comportamiento del consumidor**

Hoy en día, el consumidor canadiense es cada vez más consciente de los problemas del medio ambiente y el consumo excesivo. Él mira más de cerca la calidad de un producto, su origen, su composición y su precio. Sin embargo, sigue siendo excesivamente sometido a la publicidad y se inclina a comprar productos de moda.

- **Perfil de los consumidores y el poder adquisitivo**

Los canadienses estándar de vida es uno de los más altos del mundo. En la actualidad, el comportamiento de compra está cambiando, especialmente entre los canadienses adultos jóvenes. Su objetivo, para la mayoría de ellos, es terminar sus estudios, comprar una propiedad y tener hijos. Los adultos de mediana edad y los baby boomers (la generación 1946-1966) se tratan con las actividades de ocio. Los canadienses se preocupan



por su alimentación y no dude en comprar healthfoods naturales, orgánicos. Todo lo relacionado con la comodidad y el bienestar es muy importante.

- **La inmigración**

En el oeste de Canadá (British Columbia y Alberta) se ha presentado un aumento considerable de inmigrantes, principalmente de origen asiático, lo que ha dado como origen una mezcla de varias culturas con diferentes hábitos de alimentación y de consumo.

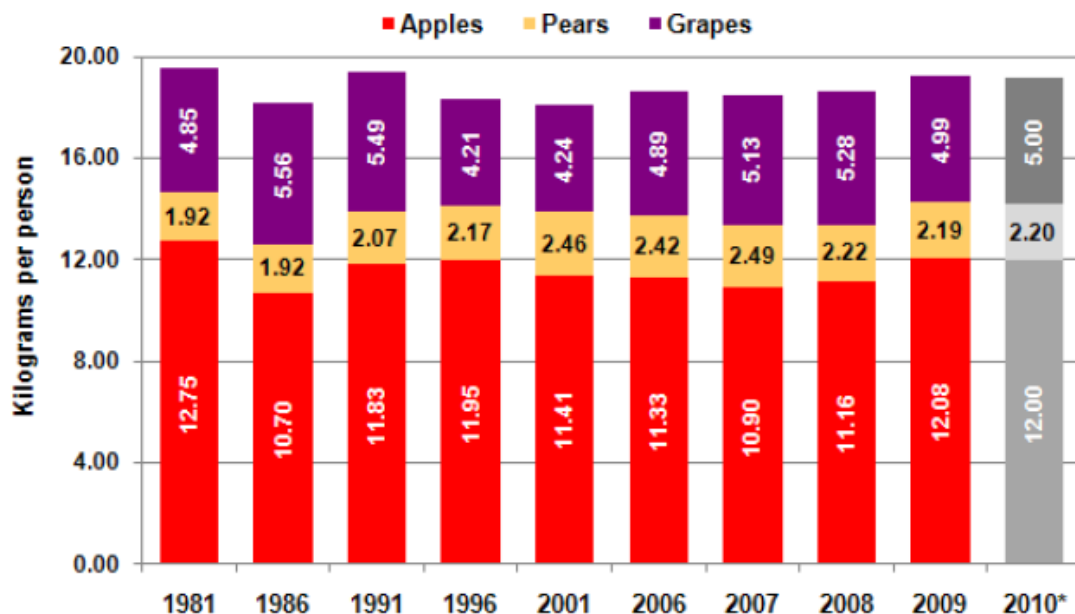
- **La salud**

Debido a una mayor conciencia en cuanto a la salud y a que parte de la población está envejeciendo y requiere de dietas más nutritivas, se ha presentado una tendencia por consumir productos naturales tales como las frutas y verduras.

- **Los Gustos**

Existen tres principales frutas en el consumo canadiense, siendo la uva la segunda fruta más demandada, por debajo de la manzana. Cabe indicar que el consumo de uva en el mercado canadiense fluctúa entre 4.5 y 5 kilogramos por persona.

**Gráfico N° 2**  
**Canadá: Consumo Per Cápita de las Principales Frutas Frescas**

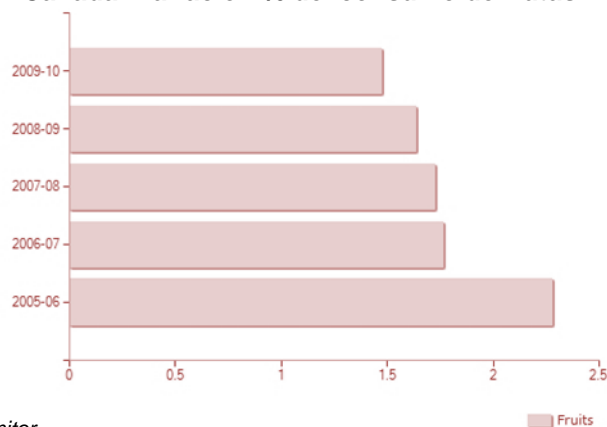


Fuente: Estadísticas de Canadá

En los últimos años se ha observado un lento crecimiento en el consumo de frutas frescas y se pronostica que el consumo va a seguir estable por treinta años. Sin embargo, existe la posibilidad de que el ingreso de frutas exóticas genere una desviación en el consumo de las frutas tradicionales: manzana, pera y uvas.

Los alimentos funcionales reemplazarán a los convencionales, así como también estas serán más portables. Esta moda tendrá mayor implicancia tanto para la comida y el empaque. El gran cambio va a estar en las comidas preparadas y en los "take-outs"

**Gráfico N° 3**  
**Canadá: Variación % del consumo de frutas**



Fuente: Euromonitor

**Cuadro N° 13**  
**Canadá: Consumo de frutas en miles de toneladas**

2005	2006	2007	2008	2009	2010
2,510	2,567	2,613	2,658	2,701	2,741

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 N° 14**  
**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 15**  
**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 16**  
**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 17**  
**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

No existen ferias especializadas de frutas frescas; sin embargo, en el sector de alimentos canadienses la más importante es la SIAL. A continuación se detalla la información de dicha feria.

#### **SIAL CANADA**

**Mayo 11, 2011**

*Sial Montreal, el Mercado de Alimentación - Canadá, Toronto*

Sial Montreal, Canadá, ofrece a los productores de América del Norte acceso a los mercados internacionales, y a productores internacionales el acceso a los productos alimenticios, vinos, bebidas, y bebidas espirituosas del mercado norteamericano.



### 8.2. Oficinas en Canadá

#### **Consejero Comercial en Toronto**

Sr. Jose Carlos Eyzaguirre Bernaldes

Teléfono: (416) 963-5561

E-Mail: [tradeoffice@conperutoronto.com](mailto:tradeoffice@conperutoronto.com)

#### **Consulado General de Perú en Toronto**

10 St. Mary St. Suite 301 Toronto, ON. M4Y 1P9

Teléfono: 416-963-9696 Emergencias: 416-726-7650

### 8.3. Consejeros Económicos Comerciales

#### **Embajada del Perú en Ottawa**

Cons. Claudia Betalleluz Otiura

Teléfono: (1 613) 38-1777

E-Mail: [obetalleluz@embassyofperu.ca](mailto:obetalleluz@embassyofperu.ca)

#### **Consulado General en Vancouver**

Ministro Augusto Morelli Salgado

Teléfono: (604) 6628880

E-Mail: [conpervan@consuladoperu.ca](mailto:conpervan@consuladoperu.ca)

**Consulado General en Montreal**

Ministra Lucia Trindade de Butrón

Teléfono: (514) 844-5123

E-Mail: [perou@videotron.net](mailto:perou@videotron.net)**8.4. Direcciones de Interés**

- **Estadísticas de Canadá**  
<http://www40.statcan.ca/l01/cst01/>
- **Análisis Comerciales y Económicos**  
<http://www.international.gc.ca/economist-economiste/index.aspx>
- **Etiquetado-Normativa General**  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/UpdateNotice/index.html?rp14=/en/C-38>
- **Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos ( Canadian Food Inspection Agency- Agence Canadienne d' Inspection des Aliments)**  
<http://www.cfia-acia.agr.ca/>
- **Regulaciones Generales Productos Agrícolas**  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/en/C-0.4>
- **Regulaciones Generales Alimentos**  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/en/C-16.5>
- **Regulaciones Generales: Frutas y Vegetales Frescos**  
<http://laws-lois.justice.gc.ca/en/C-0.4/C.R.C.-c.285>
- **Consejo Canadiense de Normas y Estándares**  
<http://www.scc.ca/en/web/scc-ccn>
- **Oficina de Facilitación y Promoción del Comercio.TFO (Trade Facilitation Office): sitio completo para el exportador extranjero**  
<http://www.tfocanada.ca/>
- **Aduanas de Canadá**  
<http://www.cbsa-asfc.gc.ca/>
- **Asociación Importadores Canadienses**  
<http://www.importers.ca/>