


FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX		1.2. Fecha	7. Julio 2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	OCEX NY	
	Cargo	Practicante	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	Uvas		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.; 0806.10)	080610		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	Grapes, red grapes, green grapes		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p>Requisitos:</p> <p><a href="https://ocexlosangeles.files.wordpress.com/2012/01/perfil-de-mercado-uva-de-mesa-en-eeuu-20111.pdf">https://ocexlosangeles.files.wordpress.com/2012/01/perfil-de-mercado-uva-de-mesa-en-eeuu-20111.pdf</a></p>		
2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>El USDA ha proyectado que las exportaciones peruanas de uva aumentarán un 2% año con año en la temporada 2020-21 a 412,000 toneladas métricas (TM).</p> <p>El pronóstico contrasta con las estimaciones reportadas por la asociación peruana de uva de mesa Provid en octubre que sugiere que las exportaciones aumentarían un 16% a 56 millones de cajas equivalentes a 8,2 kilos, que serían 426.000 toneladas métricas. Importante es destacar que las variedades más demandadas para el mercado son las sin pepa.</p>		
2.6 Estacionalidad de la producción local	California y Washington, contra estación.		
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Georgia, Florida, Philadelphia		
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)	<p>Peruvian Table Grape Producer Association (Provid)</p> <p>Definitivamente las grandes cadenas hacen sus compras directas por los volúmenes de comercialización, pero existe un gran número de importadores mayoristas que abastecen a distribuidores y pequeños retails, es en este espacio donde consideramos que hay oportunidades para los pequeños productores</p>		
2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)	Tipo de variedades, calidad y disponibilidad		
2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)	Cosecha de uvas Octubre-Abril		
2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto	Promoción ferias internacionales PMA y Produce		

**ANEXO**  
**PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
	lb	US\$ 3.14/lb	Peru <i>(Ica, La Libertad, Lima y Piura)</i>	7. Julio 2021	En bolsas de plastico por libras	
<i>(Agregar las filas que sean necesarias)</i>						

\* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.