



El mercado de la uva fresca en México

El objetivo de este número es poner en sus manos información útil para detectar oportunidades de exportación de uvas de mesa de origen chileno al mercado mexicano.

Contexto

En el ranking mundial de productores de uva fresca, Chile ocupa el primer lugar, Estados Unidos el segundo y México el décimo cuarto. Chile lidera el listado de

exportadores por valor, mientras que Estados Unidos lo hace por volumen.

Por su parte, México concentra la producción de uva de mesa en la zona norte de su territorio, que es responsable del 96% del total de la uva cultivada. Las variedades que se trabajan en este destino son Perlette, Flame, Sagraone y Red Globe, primordialmente.

El consumo per capita de uva fresca es de 2.5 kg anual, con énfasis en el último trimestre del año y más aún, durante las festividades de año nuevo (se acostumbra ingerir 12 uvas, una por cada mes del año, en el brindis de fin de año).

México importa uvas de los países líderes a través de empresas concentradas en la Central de abasto de la Ciudad de México, primordialmente.

Si bien los importadores conocen las características sanitarias y de calidad de la uva chilena, reconocen que ésta no está posicionada como marca-país a los ojos del consumidor, que la adquiere como producto contraestacional por encontrarse disponible en el anaquel,



bsgroup.com.eg. Imagen: Scott Bauer

sin necesariamente identificar su origen y atributos distintivos en relación al producto estadounidense. Esta presencia constante del producto en los puntos de venta, permite el posicionamiento genérico del fruto, el cual puede verse reforzado a través de las campañas específicas que las asociaciones de productores y los países exportadores emprenden a lo largo del año, todas tendientes a propiciar el consumo de la uva, con independencia de su origen.

En el terreno gremial, la Asociación Agrícola Local de Productores de Uva de Mesa (AALPUM) aglutina a alrededor de 44 empresas mexicanas dedicadas a la producción y exportación de uva de mesa a Canadá y Europa. Los asociados producen casi 20 millones de cajas al año, de las cuales el 80% se destinan a mercados externos.

CONTENIDO

- 1... Contexto
- 2... Caso ejemplar
- 3... Requisitos técnicos
- 3... Recomendaciones

El mercado de la uva fresca

La AALPUM permite generar sinergias para homologar estándares de calidad, integrar esquemas de comercio exterior, promover los intereses de los asociados ante los interlocutores públicos, incentivar las buenas prácticas, entre otros beneficios.

Otras empresas productoras optan por asociarse a entidades gremiales longitudinales, como el Consejo Nacional Agropecuario (CNA), la asociación gremial más importante de México en su rubro, o trabajan al margen del tercer sector.

Caso ejemplar

National Grape Cooperative Inc.
<http://www.nationalgrape.com/>

Empresa estadounidense dedicada a vender uva Concord y Niagra, tanto fresca como procesada. La compañía cuenta con 19.830 hectáreas de viñedos en Pennsylvania, Michigan, Nueva York, Ohio, Washington, Ontario y Canadá. Obtuvo ganancias por U\$ 700 millones, en el 2009, con un crecimiento aproximado de 5% respecto al año anterior. El 80% de sus ventas en América Latina se destinan a México.

Ventajas competitivas

- *Estrecha vinculación con comercializador y consumidor
- * Inversión sólida en marketing para generar y mantener la lealtad del consumidor
- * Promoción de la salud y la nutrición como valores asociados al producto
- * Énfasis en target específico (generación X)



Fuente: fotosbuzz.com

Requisitos técnicos

Para exportar uva de mesa a México, es necesario que la empresa se sujete al esquema de buenas prácticas reconocido por el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) de Chile y que se incorpore al programa de exportaciones de cada temporada.

El ingreso de fruta fresca de origen chileno a México, está regulado por la NOM-008-FITO, que los usuarios pueden solicitar a esta oficina o descargar del catálogo de normas de la Secretaría de Economía. También deberá tomarse en consideración la norma obligatoria para el etiquetado de las uvas, NOM-120-SCFI.

Por otra parte, es indispensable que todos los integrantes de la cadena de suministro

--productores, exportadores, agentes aduanales, operadores logísticos, brokers, importadores, etc.-- estén familiarizados con los planes de trabajo acordados entre el SAG y su contraparte en México, el SENASICA, para garantizar que el producto cumpla con los lineamientos sanitarios, de envasado, empaque y traslado hasta el consumidor final. Estos instrumentos están disponibles para consulta en la página de ambos servicios sanitarios.

De acuerdo con el Área de atención de controversias de la Consejería Agrícola de Chile en México, las situaciones que con mayor frecuencia obstaculizan el ingreso de la uva fresca de origen chileno se relacionan con errores en

Recomendamos

que todos los integrantes de la cadena de suministro conozcan el contenido de los planes de trabajo para este producto.

el etiquetado del producto, por lo que recomendamos enfáticamente cuidar este aspecto.

Recomendamos considerar que la uva fresca de Chile cuenta con arancel cero del 1 de enero al 14 de abril y del 1 de junio al 31 de diciembre. El resto del año no cuentan con tasa preferencial.

En materia de calidad, se sugiere conocer la NMX 026, que si bien no es obligatoria, proporciona parámetros vigentes en el mercado mexicano. Esta norma está disponible en el catálogo de normas mexicanas de la Secretaría de Economía.

Recomendaciones

**Vale la pena invertir en una campaña que contribuya al consumo de la uva en general y de la uva chilena en particular, destacando sus valores específicos, ya que el público mexicano no suele distinguir el origen de la mercancía.

**El segmento healthy en México tiende a expandirse y es un ávido consumidor de fruta fresca, por lo que sugerimos considerar estrategias de mercado específicas para este target.

** Las amas de casa mexicanas son tomadoras de decisión clave y la uva de mesa forma parte de la lista de compras promedio de los segmentos C2 y C3. Por lo tanto, las estrategias enfocadas a este target pueden ser cruciales para una comercialización efectiva del producto.

**Recomendamos enfáticamente que todos los actores participantes en el proceso exportador se preparen técnicamente: contamos con recursos didácticos para facilitar el conocimiento y aprehensión de los lineamientos técnicos que el producto debe cumplir para ingresar al país sin problemas, por lo que sugerimos hacer uso de ellos a su favor. Visite la página www.consejagri.gob.cl, sección "Formación técnica en línea", opción "VIGIA III" del menú.

**Dado que la uva de mesa es un producto asociado con la salud, el bienestar y la abundancia, cualquier vinculación de una campaña promocional del producto chileno a causas sanas y de bienestar social es deseable.



Fuentes de información recomendadas

Servicio Agrícola y Ganadero
<http://www.sag.gob.cl>

Catálogo de normas obligatorias
<http://www.economia-noms.gob.mx/noms/inicio.do>

Catálogo de normas voluntarias
<http://www.economia-nmx.gob.mx/normasmx/consulta.nmx>

ProChile
<http://rc.prochile.cl/>

Oficina Agrícola en México
<http://www.consejagri.gob.cl>

Agradecimientos

Gracias a los expertos que de forma profesional y generosa colaboraron en este número

consejagri.gob.cl

Embajada de Chile en México

El contenido de este documento es propiedad del Gobierno de Chile. Se autoriza su reproducción citando la fuente: Consejería Agrícola de Chile en México©
Informaciones: consejeria_agricola@consejagri.org
Investigación: Gerardo Miguel Guzmán