

MERCADO MUNDIAL DE LA UVA

OFERTA, DEMANDA Y PROYECCIONES

Enero 2015



CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	4
1. VARIEDADES DE UVAS	6
1.1. Uvas de mesa blancas	6
1.2. Uvas de mesa tintas	6
2. DEMANDA MUNDIAL DE UVAS	7
2.1. Asia	9
2.1.1. China	9
2.1.2. India	10
2.2. América del Norte	11
2.2.1. Estados Unidos	11
2.3. Rusia	12
2.4. Europa	12
2.5. América Latina	13
2.5.1. Brasil	13
2.6. Mercados potenciales para la comercialización de uvas	14
2.7. Evolución de precios	15
3. OFERTA MUNDIAL DE UVAS	15
3.1. China	17
3.2. Turquía	17
3.3. India	18
3.4. Principales exportadores	18
3.4.1. Perú	18
3.5. Estacionalidad	19
3.6. Uvas con valor agregado	20
3.6.1. Vinos	20
3.6.2. Pasas	21
3.6.3. Jugo concentrado de uva	22
3.6.4. Desarrollo de nuevos productos	23
4. TENDENCIAS DEL MERCADO A NIVEL MUNDIAL	23
4.1. El enfoque sin semillas	23
4.2. Desarrollo de nuevas variedades	24
4.3. Caída productiva de Europa	25
5. PROYECCIONES Y CONCLUSIONES	25

RESUMEN EJECUTIVO

La uva, además de su exquisito sabor, es reconocida por su increíble composición de nutrientes beneficiosos para la salud, siendo cada vez más populares en las dietas alrededor del mundo y no solo para ser consumidas como fruto fresco, sino también como productos procesados, hoy muy reconocidos a nivel mundial, tales como el vino, las pasas, jugos, mermeladas, jaleas e incluso enlatados.

De esta manera, hoy en día el consumo mundial de uvas frescas ha llegado a expandirse a 24.1 millones de toneladas, siendo China el mayor consumidor con un volumen de consumo superior a 5 millones de toneladas al 2013, seguido de India y Estados Unidos, con un consumo de 2.09 millones y 1.21 millones de toneladas, respectivamente. Brasil por su parte también es considerado un consumidor importante en la región latinoamericana, con alrededor de 832,000 toneladas consumidas en el 2013.

Sin embargo, el consumo de uvas no solo está aumentando en esos mercados tradicionales, sino que también se está dando un claro crecimiento del interés por este fruto en los mercados del sudeste asiático, países como Tailandia, Hong Kong, Malasia, Corea del Sur, Egipto, Libia, Vietnam y Taiwan están inclinando cada vez más su preferencia hacia la uva.

China, la India y Rusia, a pesar de ser consumidores tradicionales de la uva, también son ahora considerados mercados potenciales para los principales exportadores de este fruto, dada su creciente demanda, con todavía mucho espacio por satisfacer, y a las proyecciones económicas y sociales positivas para estos tres grandes mercados.

Así, vemos que China ha incrementado exponencialmente sus importaciones de uvas frescas en alrededor de un 30% en los últimos seis años, la población de la India ahora tiene un mayor acceso a las uvas importadas con precios de alrededor de USD 7.5 por kilo, y Rusia por su parte representa una gran oportunidad para el abastecimiento de este mercado dada la prohibición de importaciones de uvas provenientes de sus principales proveedores.

Por el lado de la oferta, durante la última década la producción mundial de uvas se ha dado con una tendencia al alza, con un volumen producido de 24.9 millones de toneladas al 2013. Ello gracias a los mayores rendimientos de la producción, las condiciones climáticas particularmente favorables en algunos países y las mejoras continuas en las técnicas para el cultivo de uvas.

No obstante, este crecimiento se vio particularmente impulsado por el surgimiento de nuevos jugadores en la producción y en el comercio de uvas, tales como Sudáfrica y Perú, quienes si bien ya tenían una cuota de mercado, la popularidad de sus productos, sobre todo en calidad, y los nuevos acuerdos comerciales realizados han contribuido a su reconocimiento como principales exportadores de uvas, en especial para Perú, quien durante los últimos seis años ha registrado un crecimiento promedio anual de 32%, cifra significativamente elevada en comparación con el resto de exportadores.

Durante la última década se ha podido identificar una serie de tendencias bien marcadas en relación al mercado de las uvas, tanto en su oferta como en su demanda tales como la creciente inclinación de los consumidores por las variedades de uvas sin semillas, el desarrollo de nuevas variedades por medio de la tecnología con el fin de satisfacer las preferencias de los consumidores en cuanto a apariencia del fruto y una inusual caída productiva en Europa, siendo una oportunidad a aprovechar por los grandes exportadores y productores de uva.

Por último, se tienen buenas expectativas de crecimiento para las siguientes campañas de comercialización de la uva pues se prevén mayores envíos a los principales mercados consumidores, en especial al mercado asiático, en especial a China e India, pues, en el caso del primero, se esperan importaciones de uvas de mesa cercanas a las 280 mil toneladas al término de la campaña 2014/2015.

Siguiendo con la tendencia, se estima que las variedades de uvas sin semillas serán las más demandadas por los consumidores tradicionales, como Europa y Estados Unidos, sin embargo, los mercados asiáticos seguirán su preferencia por las uvas con semillas como la Red Globe.

Dadas estas perspectivas positivas para el mercado mundial de uvas, prevemos un mayor dinamismo en cuanto a la comercialización a nivel internacional de las uvas y, por ende, un mayor esfuerzo por los principales países proveedores de uvas de mesa por establecer nuevos acuerdos comerciales que les permitan ingresar a nuevos mercados.

ESTE ES UN EXTRACTO DEL ESTUDIO DESARROLLADO, PARA MAYOR INFORMACIÓN CONTACTARSE AL CORREO webmaster@prospectiva2020.com