

PROVID



Conexion

Revista de la Asociación de Productores de Uva del Mesa del Perú

01 / 2024

CONSTRUYAMOS JUNTOS UNA INDUSTRIA SOSTENIBLE

MERCADOS

Retos y desafíos para
agroexportación peruana en Asia

COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE INIA Y PROVID

Analizando la fertilidad del suelo

TENDENCIAS

El consumo y producción de uva
de mesa en el mundo

ECOSISTEMA

Propugnando el cambio a empresas
más responsables y sostenibles



"SERVICIO RELÁMPAGO"
SALIDAS SEMANALES DESDE CALLAO Y PAITA HACIA USA

DESTINOS	DESDE CALLAO, PERÚ			DESDE PISCO, PERÚ			DESDE PAITA, PERÚ			TERMINAL EN DESTINOS
	ZARPE	ARRIBO	DÍAS DE TRÁNSITO	ZARPE	ARRIBO	DÍAS DE TRÁNSITO	ZARPE	ARRIBO	DÍAS DE TRÁNSITO	
Miami, Florida	Lunes	Jueves	8	Martes	Jueves	9	Jueves	Jueves	7	Port of Miami
Philadelphia, Pennsylvania	Lunes	Domingo	11	Martes	Domingo	12	Jueves	Domingo	10	Penn Terminals
Brooklyn, New York	Lunes	Martes	13	Martes	Martes	14	Jueves	Martes	12	Red Hook
Newark, New Jersey	Lunes	Jueves	15	Martes	Jueves	16	Jueves	Jueves	14	Red Hook
Toronto y Montreal, Canada	Lunes		14	Martes		15	Jueves		13	Via Philadelphia
Houston, Texas	Lunes	Jueves	14	Martes	Jueves	15	Jueves	Jueves	13	Jacinto Port
New Orleans, Luisiana	Lunes		17	Martes		18	Jueves		16	Ports America
Savannah, Georgia	Lunes	Miercoles	14	Martes	Miercoles	15	Jueves	Miercoles	13	GPA

FLOTA NUEVA DE REEFERS CON ATMOSFERA CONTROLADA

**OTROS SERVICIOS CON TRANSBORDO
HACIA EL CARIBE, SUD Y CENTRO AMÉRICA**

Antigua	Haití	Belize	Honduras
Aruba	Jamaica	Colombia	Mexico
Barbados	St. Kitts	Costa Rica	Nicaragua
Bonaire		El Salvador	Suriname
Cayman Islands	St. Maarten	Guatemala	Venezuela
Curacao	Trinidad	Guyana	
Dominican Republic			

¡Contáctanos!



CITIKOLD

GROUP

Agentes generales y marítimos de Seaboard Marine en Perú y Ecuador
Av. Javier Prado Oeste 757 Of 704 - Magdalena del Mar, Lima - Perú
Telf.: (511) 6147070



**LA DUPLA
PERFECTA
PARA
PRODUCIR
CON
CALIDAD**

PSW - Peruvian Seaweeds   

Av. Manuel Valle Mza. D19 Lote 1 Urb. Buenavista Lurin Lima - Perú
Central: (051-1) 430-3662 / 989 107 180 ventas@pswsa.com / www.pswsa.com



Presidente

Manuel Enrique Yzaga Dibós

Vicepresidente

Guillermo Alejandro León Arámbulo

Secretario

Gabriel Noboa

Tesorero

Carlos Mauricio Arias Peña

Vocales:

Lionel Francisco Arce Orbeagozo

Rafael Cilloniz

Andrés Juan Jochamowitz Stafford

José Antonio Castro Echecopar

Mariano Rodríguez Pérez

Gerente de Operaciones:

Leylha Rebaza García

Dirección:

Calle 21 N° 713 – Int. 205

Urb. Corpac – San Isidro

Lima – Perú

Teléfono:

475 – 1756

Edición

Integra Comunicación Corporativa S.A.C.

Cl. Nevado Huascarán 182 - La Molina

providdigital@provid.org.pe

Noviembre - 2024

Editor General

Victor Limas Garragati

Coordinador General

César Gerardo Gallegos



06 CONSTRUYAMOS JUNTOS UNA INDUSTRIA SOSTENIBLE

La uva de mesa está impulsando un crecimiento económico significativo, que refleja el compromiso de la industria con prácticas sostenibles que promueven la conservación de los recursos con un desarrollo social y ambiental responsable.



10 PERÚ Y CHILE DEBEN PROSPECTAR NUEVOS MERCADOS

La Ing. América Ramírez, jefa de Estudios e Inteligencia de Mercado en Decofrut, indicó que el mercado internacional de la uva de mesa ha sufrido importantes cambios en los últimos años, tanto en la producción, oferta y demanda, que están afectando las exportaciones de Perú y Chile.



14 TENDENCIA DEL CONSUMO Y PRODUCCIÓN DE UVA DE MESA EN EL MUNDO

Un panorama general sobre la situación de la industria de la uva de mesa a nivel mundial, señalando que la producción como la demanda se ha mantenido al alza, pero hubo diferencias entre los países ubicados en el hemisferio sur y el hemisferio norte.



16 RETOS Y DESAFÍOS PARA AGROEXPORTACIÓN PERUANA EN ASIA

Asia es el continente con la mayor cantidad de consumidores de productos agrícolas del mundo. Allí están China e India, dos de los mercados más grandes. La agroexportación peruana tiene en la mira este gran mercado asiático y ha logrado una presencia importante que espera ampliarla



24 INVESTIGACIÓN Y ADAPTACIÓN AL CLIMA PARA PROMOVER LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

El ingeniero Wilfredo Choque, gerente de Producción de SAFRESCO Perú S.A., resaltó la importancia de la investigación y la generación de conocimiento sobre el cultivo de la uva de mesa como un punto central para evitar los daños ocasionados por factores ambientales.



30 PROPUGNANDO EL CAMBIO A EMPRESAS MÁS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

La directora ejecutiva de Sistema B Perú, Mariela Soto Ruiz, explicó que el Sistema B es un nuevo ecosistema que busca crear un modelo económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y el mundo.

CONTENIDO



38 ¡SORPRENDENTE! ¡LA MERMA DE UVA SE TRANSFORMA EN... MOCHILAS, CARTERAS Y ZAPATOS!

La empresa peruana Caxacori Studio ha desarrollado un biocuero denominado "Uwatex", producto vegano elaborado en base al residuo de la cáscara de uva. Es ecológico y amigable con el medio ambiente, una alternativa al uso del cuero animal y sintético.



42 INNOVACIÓN, EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD EN LA NUTRICIÓN VEGETAL

El riego y la fertilización son dos aspectos muy importantes en la agricultura. Su uso correcto y eficiente es fundamental para alcanzar un gran rendimiento al menor costo posible y buena calidad, así lo indicó el Ing. Orlando Tito, jefe de Fertirriego y Nutrición Vegetal de la agrícola Vanguard Perú



46 ACTIVIDADES PROVID

Durante setiembre, octubre y noviembre, PROVID llevó a cabo una serie de actividades en beneficio de sus asociados con el objetivo de coadyuvar al desarrollo y crecimiento de las exportaciones de uva de mesa.



PROBADA RESILIENCIA

La resiliencia mostrada por los productores también se refleja en la capacidad del sector para adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores, especialmente a través de la incorporación de nuevas variedades que, además, han incrementado los rendimientos por hectárea. Las más solicitadas internacionalmente son la Sweet Globe y la Red Globe.

Cabe señalar que los resultados alcanzados en la presente campaña no solo reflejan el gran profesionalismo y eficiencia de los productores peruanos, sino también la adaptabilidad del sector ante los efectos del cambio climático y la exigente demanda internacional que busca productos alimenticios saludables y cultivados de manera sostenible.

"Los resultados alcanzados en la presente campaña no solo reflejan el gran profesionalismo y eficiencia de los productores peruanos, sino también la adaptabilidad del sector ante los efectos del cambio climático"

CONSTRUYAMOS JUNTOS UNA INDUSTRIA SOSTENIBLE

La industria de uva de mesa posee una gran capacidad para superar adversidades y adaptarse a los desafíos. Lo demostró en la campaña 2018-2019 al recuperar en 40% la producción que bajó considerablemente en el 2017 a causa del cíclico Fenómeno El Niño.

En la campaña 2024-2025, la Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú (PROVID) prevé que Perú exportaría más de 78 millones de cajas de 8.2 kilos, lo que equivale a unas 640 000 toneladas de esta deliciosa fruta.

Este volumen no solo supera de lejos a las 62 745 726 cajas despachadas en la temporada 2023-2024, sino -incluso- a las 71 527 947 cajas exportadas en la campaña 2022-2023.

Debido a las adversidades en temporadas pasadas, la industria de la uva de mesa ha logrado adquirir una gran relevancia ya que no solo ha superado los daños del agro ocasionados por los problemas climatológicos el año pasado y a inicios del 2024, sino que afrontaron satisfactoriamente (y lo siguen haciendo) factores externos, como la gran competitividad con nuevos y repotenciados orígenes, la fluctuante economía internacional, entre otros, así como la inestabilidad política, social y de seguridad en nuestro país.



La industria de la uva de mesa es madura, moderna y tecnificada, habiendo logrado grandes avances en materia producción, innovación, variedad y exportación de uva de mesa, donde no solo prima la calidad sino también la condición de la fruta que se envía a los mercados internacionales.



50 MERCADOS INTERNACIONALES

Se estima que las exportaciones peruanas de uva de mesa abarcarían más de 50 mercados, destacándose Estados Unidos, Europa, Latinoamérica y China. Cabe mencionar que en la temporada anterior el volumen exportado a China y a Europa descendió, mientras que el mercado norteamericano y el latinoamericano ha crecido.

PUERTO DE PARACAS

Provid aseguró que la puesta en funcionamiento del puerto de Paracas (Ica) ha significado un factor importante para el incremento de los despachos de la uva de mesa en el sur del país, mejorando la competitividad de los envíos.

La infraestructura portuaria fue mejorada para la campaña de uva de mesa y se establecieron servicios especiales para el gran volumen de exportación de la zona sur, especialmente a Europa.

En la campaña pasada salieron 4000 contenedores en 30 barcos con destinos principales a América del Norte (Filadelfia, Savannah, Los Ángeles) y Europa (Rotterdam, Amberes, Londres y España). En promedio salieron tres barcos por semana.



CRECIMIENTO ECONÓMICO EN REGIONES

Actualmente las áreas de cultivo de uva de mesa se extienden a lo largo de gran parte de la franja costera, destacando las principales regiones productoras como Ica con el 49% del total, Piura (37%), Lambayeque (6%), La Libertad (5%), Arequipa (3%), Áncash (0.5%), Lima (0.5%) y Moquegua (0.1%).

La uva de mesa está impulsando un crecimiento económico significativo en las regiones productoras. Este desarrollo no solo contribuye a la estabilidad económica local, sino que también refleja el compromiso de la industria con prácticas sostenibles que promueven la conservación de recursos y el bienestar de las comunidades, reforzando así el compromiso del país con un desarrollo económico, social y ambiental responsable.



ONE Service

FLX

 Florida Latin Express

ONE
OCEAN NETWORK EXPRESS

Pisco

Nuevo Puerto de Salida



New York
Norfolk
Philadelphia
Port Everglades

Cartagena
Buenaventura

Guayaquil

Callao

PISCO

San Antonio

Tiempos de tránsito atractivos



Alta competencia para la carga refrigerada



Your Number ONE Shipping Partner

Ocean Network Express (Peru), Av Camino Real 1281 Piso 3, San Isidro Lima, Peru



RETOS COMUNES

PERÚ Y CHILE DEBEN PROSPECTAR NUEVOS MERCADOS

El mercado internacional de la uva de mesa ha sufrido importantes cambios en los últimos años, tanto en la producción, oferta y demanda, debido a los cambios climáticos, la pandemia del Covid-19, problemas logísticos, la creciente competitividad, presencia de nuevos orígenes, el cambio varietal, entre otros, y están afectando las exportaciones de Perú y Chile -países que lideran el comercio mundial de esta fruta- por lo que ha sido necesario que ambas industrias se unan y empiecen a trabajar juntas para enfrentar los nuevos retos.



Ing. agrónoma América Ramírez, jefa de Estudios e Inteligencia de Mercado en Decofrut

La ingeniera agrónoma América Ramírez, jefa de Estudios e Inteligencia de Mercado en Decofrut fue una de las expositoras del Global Grape Convention 2024 realizada en agosto pasado en Chile, e indicó que en este evento se quedó en formar una mesa técnica y empezar a trabajar en conjunto, comentando que es un gran avance colaborativo que se sienten juntos los representantes del sector uva de mesa de ambos países y ver ambas industrias como un todo.

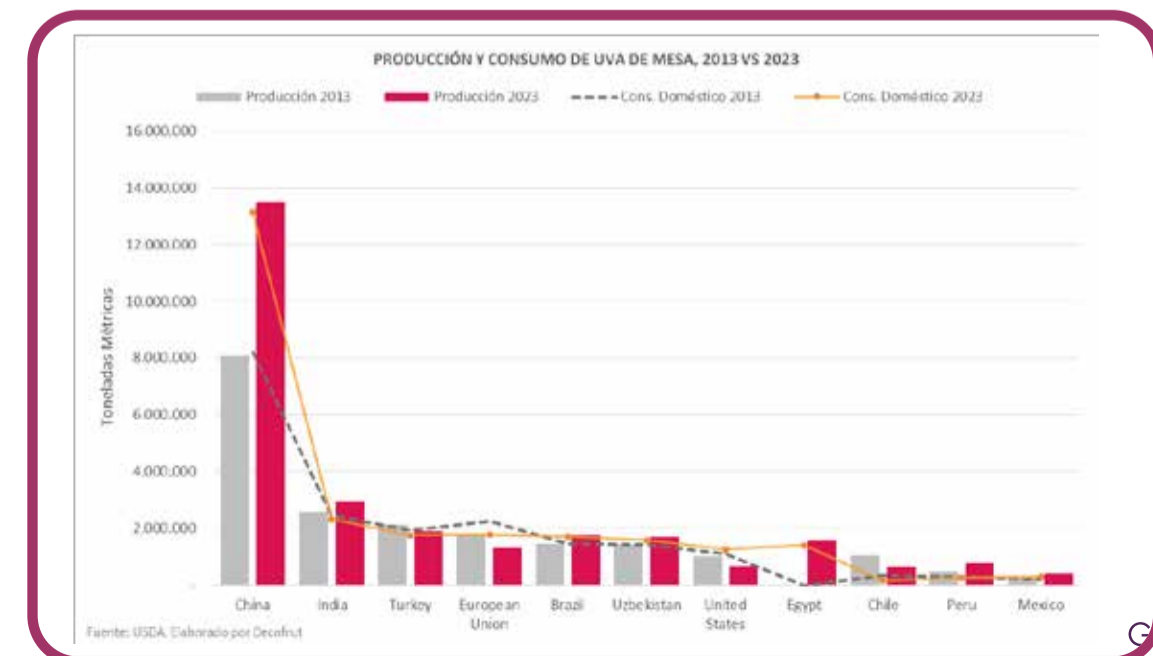
Señaló que los principales destinos para la uva de mesa son Estados Unidos, Europa y China, pero actualmente la situación en Europa está bastante difícil porque cada vez los mercados son más estrechos con alta competencia, y un gran número de proveedores, por lo que las "ventanas" de comercialización son acotadas, sin embargo es un mercado bastante estable. China, un mercado considerado de "gran potencial", ya no es un gran consumidor porque su producción de uva de mesa ha crecido ostensiblemente y ha llegado a cubrir más del 50% de su consumo interno.

Comentó que Estados Unidos es el mercado natural de Perú y Chile por la cercanía. Dijo que actualmente el 50 a 55% de nuestra fruta se va a Estados Unidos. "Hay que ver cuánto es también capaz de absorber el mercado. El mercado norteamericano funciona súper bien con tres millones de cajas de arribo semanalmente", acotó.

Subrayó que la demanda de la uva de mesa existe y lo que se tiene que hacer es buscar dónde está y el precisar por qué los envíos han disminuido.

"Tenemos que empezar a buscar cuáles son las alternativas y prospectar nuevos mercados. Latinoamérica se ha vuelto un mercado interesante. México que es un gran consumidor de uva de mesa previo a que salga su propia producción. Brasil también es un mercado bastante grande, aunque tienen producción local, pero son grandes consumidores de uva. Hay que ir viendo alternativas a lo que ya conocemos", señaló.

"Actualmente el 50 a 55% de nuestra fruta se va a Estados Unidos. Hay que ver cuánto es también capaz de absorber el mercado."



ESTRATEGIAS

Respecto a las estrategias a seguir, dijo que son importantes las campañas de marketing para fomentar el consumo, similares a las desarrolladas por la industria de la palta a través de la PAC (en Estados Unidos) y la WAO (Europa y Asia), pero enfocada más al valor nutritivo, ya que la gente, sobre todo post Covid, está buscando productos que sean funcionales, nutritivos, nutracéuticos. Asimismo, la sustentabilidad del cultivo también es una información que toma relevancia.

“Todos sabemos que los antocianos son compuestos de las uvas que nos hacen bien a la salud ya que tienen propiedades antiinflamatorias, anticancerígenas y antioxidantes. Yo creo que esa información es algo que hay que reforzar para que agregue valor al producto. Eso puede ser en los empaques, en el marketing o en lo que se quiera hacer”, opinó.



RETOS

La destacada profesional chilena, especializada en fruticultura y diplomada en agronegocios, dijo que además de abrir nuevos mercados y hacer un trabajo como industria en general para aumentar la demanda, sobre todo del hemisferio sur, hay que hacer una revisión de las variedades nuevas, porque no todas se adaptan a las condiciones climáticas de Chile o de Perú. “Tenemos que ver cuáles son las que realmente funcionan y demanda el mercado”, agregó.

Asimismo, enfatizó que hay que ser consistente con la calidad y la condición de la uva, hacer estimaciones lo más cercanas posibles, que si bien en el global son bastante certeras, no es así en el análisis semanal, lo cual permitiría elaborar una programación más exacta e informar a los retailers y a los recibidores de cuánta fruta se va a enviar semanalmente para que se preparen.

De otro lado, dijo que el recambio varietal viene de la mano con mejorar la productividad y hacer más eficiente los procesos, ya que ha aumentado mucho el volumen debido a que hay variedades que son extremadamente fértiles. “Tienen mucha producción, pero también hay que saber manejarla, saber cuál es la post cosecha, cómo funciona, cómo llega la variedad al consumidor. Hay un proceso de exportación en donde tenemos que cuidar el producto que llega porque finalmente también es imagen del país, imagen de la industria”, aseveró.



Pellets de Levadura Torula



Empresa peruana con más de 22 años de experiencia en el control de moscas de la fruta en cultivos como: uva de mesa, cítricos, mango, palta, arándanos, granada, entre otros, conocimientos adquiridos en SENASA y en el sector privado.

Nuestro efectivo método consiste en utilizar el conocimiento de los hábitos de la plaga y así eliminarla, minimizando el uso de pesticidas químicos; que generan contaminación, por ello, recomendamos el control etológico.

Somos expertos en el control de moscas de fruta

¡CUIDAMOS TUS EXPORTACIONES!

Contáctenos: 969593140
administracion@fetaservicios.com



www.fetaservicios.com



PANORAMA DESAFIANTE

TENDENCIA DEL CONSUMO Y PRODUCCIÓN DE UVA DE MESA EN EL MUNDO

En el primer Global Grape Convention realizado el 8 de agosto en Santiago de Chile, se reunieron representantes de la Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú (PROVID) y el Comité de Uva de Mesa de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile AG (ASOEX), para tratar los problemas actuales que afectan el mercado internacional de esta especie, buscar soluciones y establecer retos para superar los desafíos globales.



En este contexto, la jefa del departamento de Estudios e Inteligencia de Mercado en Decofrut, la ingeniera agrónoma América Ramírez, desarrolló una exposición brindando un panorama general sobre la situación por la que atraviesa la industria de la uva de mesa a nivel mundial.

En conversación con PROVID CONEXION señaló que en líneas generales tanto la producción como la demanda en el mundo se ha mantenido al alza, pero hubo diferencias entre los países ubicados en el hemisferio sur y el hemisferio norte.

PRODUCCIÓN POR HEMISFERIOS

“En el hemisferio sur gran parte de los productores, ya sea Sudáfrica, Perú y Brasil, han aumentado su producción en el tiempo, a diferencia de Chile cuyos volúmenes han disminuido”, precisó.

Anotó que en el hemisferio norte la producción en general se ha mantenido al alza, salvo por Estados Unidos que ha mantenido un decrecimiento leve en el tiempo. Hizo hincapié que China creció exponencialmente con la producción de uva de mesa y que ahora es prácticamente el 50% de la producción a nivel mundial. “Otros productores como India y Egipto han aumentado mucho la producción. La demanda también aumentó en China, pero no por uva de mesa extranjera, sino más bien local”, agregó.

EXPORTACIONES Y CONSUMO

Respecto a las exportaciones dijo que en la temporada 2023-2024 fue de 3.6 toneladas, correspondiendo 54% al hemisferio norte (China 25%, India 17%, México 12%, Estados Unidos 9%, entre otros).

En el hemisferio sur se registró el 46% de la exportación mundial (Perú 32%, Chile 32%, Sudáfrica 21%, Australia 10% y otros orígenes 7%). Brasil subió un poco porque en su segunda cosecha enviaron más volumen al desabastecido mercado norteamericano.

Respecto, al consumo dijo que en Estados Unidos consumen blancas sin semillas, rojas sin semillas. “Red Globe muy poquito y la negra sin semillas es un mercado bastante acotado; China prefiere blanca sin semillas y Red Globe, en el primer caso hay un gran interés, por Shine Muscat la cual la producen a nivel local, la roja la dejan como un poquito de lado, algunas variedades más tradicionales como Crimson pueden funcionar bien”, comentó.



EUROPA

“En el caso de Europa, la verdad es que yo creo que les golpeó bastante el tema de la crisis económica, el tema de la inflación; la demanda se vio bastante estrecha post COVID para algunas especies, entonces tampoco es un mercado crecimiento, sino más bien maduro”, comentó respecto al panorama en el Viejo Continente.

“Hay muchos orígenes que están compitiendo. Cuando llegan los envíos de Perú también está la uva italiana, hay uva de distintos orígenes que todavía están en las góndolas. Sudáfrica está a lado y sigue creciendo, tiene una relación de las variedades muy similar a Chile. Perú tiene más uva blanca, entonces por ahí hay que ir jugando un poco y ver a qué público quiero apuntar mi fruta.”, dijo.



FORTALECIENDO MERCADOS

RETOS Y DESAFÍOS PARA AGROEXPORTACIÓN PERUANA EN ASIA

Asia es el continente con la mayor cantidad de consumidores de productos agrícolas del mundo. Allí están China e India, dos de los mercados más grandes. La publicación OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2024-2033 indica que en los próximos diez años India y Asia Sudoriental (Indonesia, Filipinas, Malasia, Singapur, etc.) crecerán al 31%. China reducirá su importación y constituirá solo el 11% del consumo mundial.



Sayuri Sakihama subdirectora de Promoción Comercial de la Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú

Hace varios años, la agroexportación peruana tiene en la mira este gran mercado asiático y ha logrado una presencia importante que espera ampliarla apenas opere el megapuerto de Chancay. Pero, además de ello, va a tener que superar una serie de retos y desafíos para incrementar nuestras exportaciones agrícolas a ese continente, según nos comentó la subdirectora de Promoción Comercial de la Dirección de Promoción de Exportaciones de Promperú, Sayuri Sakihama.

Señaló que la competencia con otros orígenes es fuerte



y la más cercana es Chile que tiene importante presencia en ese mercado asiático y nos lleva años de ventaja. Afirmó que la constancia es la principal estrategia que los empresarios deben tener para ingresar a nuevos mercados, asimismo, que Perú y sus empresas además de la participación en ferias -como en la reciente Asia Fruit Logística- y mesas de negocios, también es clave que "mantengan las comunicaciones" con sus clientes en Asia, contarles sobre los nuevos productos que tienen, el volumen que han tenido en cada campaña, las certificaciones, procesos, entre otros. La comunicación es importante para mantener una buena relación comercial", agregó.



MAYOR RELACIÓN CON CONSUMIDOR

También propuso que las empresas peruanas, en sus propias redes sociales y canales de comunicación, deben informar no solo en español y en inglés, sino también en chino. En China, las plataformas de mensajería instantánea también son un canal comercial clave para hacer conocidos sus productos. Plataformas como Wechat, tienen formatos internacionales (para occidente) y locales específicos para el territorio chino "Cuando viajen a Hong Kong o a China pueden comprar un chip de ese país y acceder al Wechat porque no es solo una plataforma de comunicación de mensajería, sino también un canal comercial bastante importante (Marketplace). El mercado asiático es bastante digital, para ser constantes en el mindset del comprador y el consumidor asiático, es de vital importancia que comuniquen vía redes sociales y no solo limitar su presencia en la exhibición ferial. Aprovechar cada momento para informar sobre su producción, sobre la próxima llegada de los productos a los mercados, los meses en los que estarán en vitrina, entre otros datos clave para captar la atención del público", comentó.

También recomendó que deben trabajar activamente para aparecer en los medios especializados internacionales, publicaciones, notas de prensa, artículos relacionados a las variedades de frutas peruanas, de la calidad de los productos, la temporalidad. Asimismo, promocionar en el canal B2B, el canal corporativo de compra.

"La promoción comercial, es una acción constante, es por ello que desde este año estamos más activos en los seminarios y foros especializados que ofrecen las plataformas feriales, de esa manera Perú siempre va a estar en vista de los participantes, de los compradores especializados, periodistas y otros actores clave que intervienen en estas actividades", agregó.





MISIONES PRE Y POST FERIA

Dijo, asimismo, que las oficinas comerciales de Promperú trabajan incansablemente para posicionar nuestros productos agrícolas y que, participamos en la principal plataforma ferial de Asia para productos frescos, la Asia Fruit Logística, y que a partir del próximo año harán misiones pre y post feria al sudeste asiático, Japón y Corea, para visitar empresas compradoras y, tener agendas de negocios puntuales para afianzar la marca Marca Perú y que el comprador tenga mayor confianza en Perú como proveedor de frutas de calidad.

“El producto peruano tiene muy buena calidad y trazabilidad, estos aspectos nos ayudan en la promoción de los productos peruanos, ya que nos encontramos en la era de las comunicaciones, las generaciones nuevas tienen mayor interés por los productos saludables, orgánicos, conocer sobre la procedencia dónde vienen los frutos con los que se alimentan y Perú tiene esa ventaja competitiva. Esto, junto con las oficinas comerciales en el exterior, son herramientas clave para posicionar nuestros productos”, sentenció.

TENDENCIA DE CONSUMO

De otro lado, indicó que en Asia se consume mucho la fruta fresca y dentro de Latinoamérica los más representativos son Perú, Chile y Ecuador. Anotó que el consumo es en supermercados y en tiendas de conveniencia y las personas quieren productos cortados, envasados, fáciles de trasladar y que puedan comerlo como un snack saludable.

Acotó que el consumidor asiático está buscando productos trazables. “Es un consumidor ávido de información y desde su celular escanea con aplicativos móviles el código de barras y puede conocer la procedencia, las fechas de caducidad del producto o las fechas de cuánto tiempo va a durar en el anaquel, entre otros datos de interés. También les gusta mucho que los productos vengan con códigos QR para que puedan conocer la historia detrás del producto. Estamos trabajando para tener data en diferentes idiomas”, añadió.



PUERTO DE CHANCAY

Respecto a la importancia del megapuerto de Chancay para lograr la mayor presencia de los productos peruanos en el mercado asiático, dijo que va a ser un actor estratégico para impulsar las exportaciones. Aseveró que las empresas están muy entusiasmadas porque se reduce el período de traslado de 10 a 12 días, con ello, se reducen costos y la fruta llegará mucho más fresca a Asia.

“Esperemos que las operaciones inicien en el primer trimestre del 2025 de manera efectiva y activa. El llegar más rápido del puerto de Chancay nos da la ventaja de que la fruta se pueda mantener más tiempo en el anaquel, en el espacio de exhibición dentro de los de los mercados, dando oportunidad de que exista mayor rotación y compra del producto peruano”, aseguró.

Manufactura con PROPÓSITO



¡La calidad y la excelencia están en nuestro ADN! Fabricamos algo más que indumentaria: Creamos prendas con diseños ergonómicos que aseguran comodidad y libertad de movimiento; con los más altos estándares de calidad, que garantizan la seguridad en cualquier entorno de trabajo. Impulsamos el cambio hacia una economía circular, en la que empleamos los recursos de manera responsable y promovemos prácticas sostenibles.

¡Somos tus socios; te ofrecemos soluciones que mejoran el rendimiento y la seguridad en tus operaciones!



Xplorein



Protección Solar



Protección Química



Protección Térmica

[Ver catálogo](#)

INDUMENTARIA Y EQUIPOS DE PROTECCIÓN PERSONAL



UVA DE MESA RECONOCIDA

INDUSTRIA FRUTÍCOLA PERUANA BATIÓ RÉCORD DE VENTAS EN ASIA FRUIT LOGÍSTICA 2024

La industria frutícola peruana tuvo una destacada participación en la 17ª Edición de Asia Fruit Logística, realizada del 4 al 6 de setiembre en Hong Kong, posicionándose como un proveedor clave de frutas frescas en el mercado asiático.

Sayuri Sakihama, subdirectora de Promoción Comercial de la Dirección de Promoción de Exportaciones, de Promperú, subrayó que la industria frutícola peruana llegó a generar expectativas de negocios por US\$ 150 millones, de los cuales se logró concretar ventas por US\$ 89 millones. "Este año hemos superado en un 50% más las expectativas de negocios que el año pasado, en el cual se estimó aproximadamente US\$ 100 millones", complementó.

PRESENCIA PERUANA

Señaló que en Asia Fruit Logística 2024, la feria comercial internacional líder para el sector de productos frescos del continente asiático, participaron ocho empresas peruanas: Westfalia Fruit Perú, Camposol, Marand Company, El Pedregal, Fruglobe, Alpine Fresh, Clavet y Peruvian Inka Fruit, y también los gremios Proarándano, PROVID y APEM. Al igual que el año pasado, la participación peruana fue organizada en forma conjunta entre Promperú y AGAP.

"Hemos crecido mucho. En el 2010 tuvimos la participación de cinco empresas y ahora, contando a las ocho compañías privadas mencionadas más las firmas de los trainers que han asistido, hemos tenido como 50 empresas participando. Esto nos ayuda muchísimo a que el Perú se posicione como un proveedor clave de frutas frescas. El mercado asiático está creciendo bastante, es un mercado bastante dinámico", expresó.

OFERTA PERUANA DE CALIDAD

Comentó que hubo mucho interés por diferentes productos peruanos, especialmente uvas, paltas, mangos, arándanos y granadas. La oferta peruana se completó con pitahayas, jengibre, cúrcuma, cítricos, maracuyá, banana, frambuesa y granadilla.

Anotó que el pabellón peruano recibió visitantes y compradores de China y de otros países de Asia, como de Japón, India, Rusia, Mongolia, Vietnam, Malasia quienes preguntaban por uvas, paltas, arándanos.

"Los agroexportadores peruanos participantes en Asia Fruit Logística han sido de muy buena calidad. Ellos ofrecieron los productos explicando sobre la trazabilidad, las técnicas que vienen usando, las certificaciones con las que cuentan. Los compradores internacionales cuando se acercan al pabellón peruano tienen interés de conocer sobre las variedades. Por ejemplo, en el caso de la uva les interesaba mucho las frutas sin semilla, como la Sweet Globe, la Red Globe, Crimson. También les interesa que tengan una buena presentación", dijo.



PERÚ: EXPORTADOR CLAVE DE UVA

De otro lado, destacó que el Perú sigue siendo un exportador clave de uva de mesa en Asia, mencionando que en China ocupamos el 27% del inmenso mercado de esta fruta con 45 000 toneladas hemos exportado el año pasado, y en Hong Kong llegamos al 24% del mercado con 26 800 toneladas enviadas.

“Gracias a la calidad de nuestros productos, hemos ganado un importante reconocimiento por el mercado asiático, quienes buscan principalmente frutas frescas. Es importante que mantengamos una buena cadena logística y de suministro, que la calidad no baje, que se mantenga la constancia en el tiempo, lo cual brinda mayor confianza. Respecto a las plataformas comerciales, si bien, participamos en las principales ferias internacionales para frutas frescas, recomendaría a los empresarios que inviten a sus clientes a Perú para que conozcan las zonas de cultivo, las plantas de packing lo cual genera confianza adicional y puedan comentarlo en sus países de origen, todo ello nos ayuda a la promoción de las frutas peruanas en el mundo”, recomendó.



IMPACTO DE FERIA

Al consultarle sobre el impacto de la oferta peruana en esta feria asiática dijo que, como gobierno, lo que se ha buscado fue la promoción de los productos peruanos con la presentación, la exhibición en el mismo pabellón peruano y también con la participación en el espacio de matchmaking que ofrece la Asia Fruit Logística.

“Hay compradores que piden reuniones con el pabellón peruano y eso nos ayuda a tener algunos importadores directos especializados. Tuvimos compradores de supermercados de Rusia, de Japón y también de algunos de Países Bajos, de Europa”, comentó.

Añadió: “Pude evidenciar que desde el sector privado se han impulsado algunas alianzas estratégicas con distribuidores o con cadenas de supermercados en el caso de la palta para activaciones en los supermercados. Entre actores del sector privado relacionados a la uva, también podrían impulsarse alianzas estratégicas entre las empresas y los distribuidores privados”.



SIRVIENDO A QUIEN HACE FUTURO



ARBUS 2000 UVA MANOTAS

Mayor protección de la planta con el mejor sistema de pulverización



ARBUS 2000 UVA CON BARRA



BARRAS DE APLICACIÓN
En acero inoxidable especial para la aplicación de cianamida.



Sede Lima : Av. Ingenieros Norte #251 - Ate | +51 957 440 362
Sede Ica : Carr. Panamericana Sur Km 298, Subtanjalla, Ica | +51 957 438 273
Sede Chiclayo : Panamerica Norte Km 799 | +51 956 943 207

WWW.VIDAGRO.COM.PE



Síguenos en nuestras redes sociales:





UVA PERUANA Y FACTORES CLIMATOLÓGICOS

INVESTIGACIÓN Y ADAPTACIÓN AL CLIMA PARA PROMOVER LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

Tras superarse los factores climatológicos que el año pasado afectaron severamente la industria de la uva de mesa, así como otros frutales, viene la evaluación de daños, análisis y toma de decisiones para evitar que estos fenómenos cíclicos vuelvan a ocasionar graves estragos en la agricultura en general y, en particular, en los cultivos de la vid.

Por ello conversamos con el ingeniero Wilfredo Choque, gerente de Producción de SAFRESCO Perú S.A., quien resaltó la importancia de la investigación y la generación de conocimiento sobre el cultivo de la uva de mesa como un punto central para evitar los daños ocasionados por factores ambientales.

“Nosotros tenemos retos año a año que debemos ir avanzando, ir conociendo, además, investigando. Exhorto a los técnicos a seguir con los procesos de investigación y de compartirlo para que las nuevas generaciones tengan ese aprendizaje o esa curva de aprendizaje sea más rápida. El cultivo de uva tiene para rato todavía y es muy aceptado en los mercados internacionales; sobre todo, la uva peruana que es muy agradable y tiene buenas características”, comentó.



"Las variedades sí se adaptan bien a la zona de cultivo de uva que actualmente se tiene en Ica, La Libertad y Piura"

RESISTENCIA AL CAMBIO CLIMÁTICO

Respecto a que si las nuevas variedades han demostrado alguna resistencia al cambio climático indicó que las fuertes temperaturas hicieron que la planta termine vegetando más. “Esto causó la subida de las concentraciones de nitrógeno, amonio y nitratos en los frutos o el racimo en su proceso natural de sobre raleo, perdiendo muchos racimos. Hubo empresas en el norte del Perú, sobre todo, muy afectada; sin embargo, Ica no tuvo ese problema o lo tuvo en mucha menor incidencia”, añadió.

Precisó que, tomando en cuenta estos parámetros, las variedades sí se adaptan bien a la zona de cultivo de uva que actualmente se tiene en Ica, La Libertad y Piura, pero no escapan a los temas climáticos que se puedan tener, afectando con mayor o menor incidencia en las zonas donde se siembra.



Ing. Wilfredo Choque, gerente de Producción de SAFRESCO Perú S.A

MANEJO EFECTIVO

Aseveró, asimismo, que los técnicos deben adaptarse a los temas climáticos y reiteró que se tiene que estar en continua investigación de nuevos productos para ir previniendo los impactos climatológicos que puede haber en el cultivo. Acotó que el año pasado fue el tema del calor en el norte y este año ha sido el frío en el sur.

“El consejo sería la investigación y seguir viendo nuevos productos que ayuden a mitigar efectos de altas y bajas temperaturas. Productos, por ejemplo, para mejorar brotación, para evitar el filage de los racimos o que ayuden a reducir los efectos de las altas temperaturas. Actualmente, las casas comerciales, las casas químicas tienen diferentes herramientas que ayudan y, por ende, reducen estos impactos”, señaló.

“Investigación y seguir viendo nuevos productos que ayuden a mitigar efectos de altas y bajas temperaturas”



ACTUACIÓN RÁPIDA

Con 25 años de experiencia en el rubro agrario, el ingeniero agrónomo Choque anotó que hay que estar pendientes de las incidencias en el campo y apenas nos llame la atención alguna como consecuencia de factores climatológicos, se debe actuar inmediatamente.

“Lo que debemos de entender es que, si no actuamos con rapidez ante lo que nos viene diciendo la planta o expresando la planta, vamos a estar complicados. Que fue mucho de lo que escuchábamos del norte de Perú; muchos de los técnicos demoraron en tomar esas decisiones y pues hubo campos en el que el tema de sobre raleo fue muy fuerte”, añadió.

“El año pasado nosotros fuimos, en la zona de Chepén en La Libertad, uno de los primeros fundos en podar a nivel del norte; por lo tanto, todas las incidencias que tuvimos fuimos los primeros en notarlas también. El tema del sobre raleo el año pasado fue un tema que nos sucedió con mucha rapidez”, recordó.



DESAFÍO ACTUAL

Hablando sobre los desafíos que tienen actualmente los productores de uva de mesa aseveró que figura la necesidad de llegar con calidad a los mercados, que lleguen bien al destino, que rentables y que sean productivos.

“El desafío termina haciendo que la uva llegue al consumidor final en excelentes condiciones de calidad. Y una vez que el consumidor final termina comprando esa uva, luego se revierte hacia la parte de ventas, hacia la parte comercial; o sea, hacia la parte que cobra la fruta, hacia la parte de campo. La empresa termina teniendo una buena producción y se gana un nombre en el mercado”, aseguró.



TENDENCIA MUNDIAL

De otro lado, el gerente de Producción de SAFRESCO Perú S.A. dijo que los países están incrementando más sus áreas de siembra de uva. Por ejemplo, China extendió sus cultivos de vid impresionantemente de 450 mil hectáreas a 580 mil en los últimos diez años. Igualmente, Estados Unidos también está teniendo muy buenas producciones, especialmente por el cambio varietal desarrollado.

Destacó que, pese a ello, estas potencias mundiales siguen consumiendo uvas de otros orígenes, como el caso de Perú.

“El hábito de consumo de la uva termina siendo muy bueno y muy aceptado. Lo que nosotros debemos de entender es qué tipo de variedades son las que quiere el consumidor y en qué momentos, porque hay épocas de producción naturales en cada país; cuando queremos salir de esas épocas es donde se causa complicaciones en la empresa. Tenemos que alinear en qué momento podemos hacer una buena oferta de fruta de calidad y que ésta sea aceptada en el mercado de destino”, remarcó.

PRODUCCIÓN NACIONAL

Tras destacar que la producción nacional ha crecido exponencialmente, dijo que estamos actualmente entre los 65 y 68 millones de cajas, cantidad que era impensable hace unos 10 años.

“Actualmente hay una tendencia muy fuerte a las variedades blancas; sin embargo, el mercado no deja de consumir variedades rojas y, por temas puntuales, las negras. La distribución de variedades que se tienen dentro del Perú o en las empresas, va entre rojas y blancas, con mayor incidencia o mayor porcentaje en las variedades blancas. Otra empresa que apuesta por las variedades negras”, comentó.

Precisó que entre las variedades blancas las más consumidas están la Autumn Crisp y la Sweet Globe, mientras en las variedades rojas destaca la Allison. Entre las convencionales está la Red Globe.

“Yo escucho de fundos buenos que siguen produciendo por las 4000 cajas de Red Globe y eso es muy bueno para esta variedad; sin embargo, si la comparamos con las nuevas variedades en donde producen también 4000 cajas, el tema ya no va por productividad sino por precio y la variedad Red Globe termina teniendo un precio muy por debajo de las variedades nuevas”, subrayó.

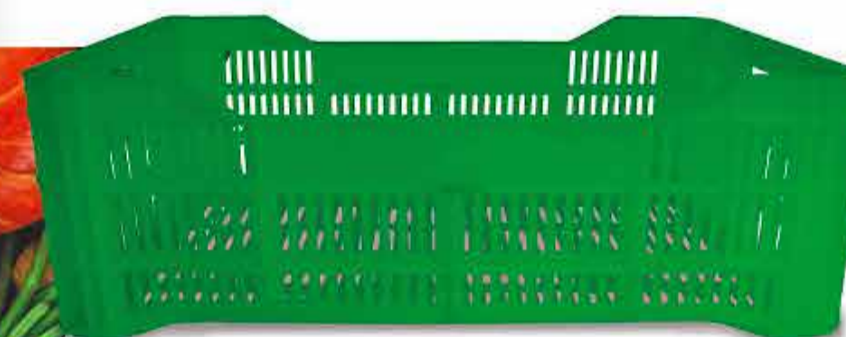


CAJAS COSECHADORAS



CAJA COSECHADORA DE ARÁNDANOS

Medidas ▶ Largo: 50 cm.
Ancho: 30 cm.
Alto: 6.5 cm.



ABIERTA

Medidas ▶ Largo: 60 cm.
Ancho: 40 cm.
Alto: 20 cm.

CAJA COSECHADORA ANDINA

CERRADA



CAJAS CON ASAS REFORZADAS

CAJA COSECHADORA TRACTOR

Medidas ▶ Largo: 53 cm.
Ancho: 35.5 cm.
Alto: 31.5 cm.





Mariale Soto Ruiz,
Directora ejecutiva de
Sistema B Perú

La directora ejecutiva de Sistema B Perú, Mariale Soto Ruiz, explicó que se trata de un nuevo ecosistema que busca crear un modelo económico inclusivo, equitativo y regenerativo para todas las personas y el planeta. “Apoyamos la construcción de un ecosistema favorable para fortalecer las empresas y otros actores de la economía que utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales”, añadió.

Anotó que el Perú cuenta con más de 60 Empresa B de varios sectores, siendo los más importantes del sector textil, agricultura y alimentación, joyería, moda, turismo, servicios. A nivel mundial son más de 9000 empresas de todos los sectores.

“Yo creo que hay un potencial muy interesante en el sector agrario peruano. Al igual que el sector textil, debemos juntarnos las empresas agrarias para posicionar al Perú como marca y diferenciarnos de otros países que también producen muchos alimentos, porque somos un país privilegiado. ¿Cómo lo aprovechamos, cómo le mostramos al mundo, cómo nos adelantamos? El mundo exportador está mirando esto con cada vez más relevancia”, comentó.

“Yo creo que hay un potencial muy interesante en el sector agrario peruano. Al igual que el sector textil, debemos juntarnos las empresas agrarias para posicionar al Perú como marca y diferenciarnos de otros países que también producen muchos alimentos, porque somos un país privilegiado. ¿Cómo lo aprovechamos, cómo le mostramos al mundo, cómo nos adelantamos? El mundo exportador está mirando esto con cada vez más relevancia”, comentó.

EMPRESA B PARA TODOS

De otro lado, Mariale Soto Ruiz dijo que el Sistema B es para empresas de todos los tamaños. Detalló que tienen chiquititas de dos o tres personas y también grandes que cotizan en bolsa y poseen miles de trabajadores.

“Creo que un primer mensaje es que ser Empresa B es para todos, ya sea que quieras hacer tu proceso productivo mucho más sostenible, creando una cultura de trabajo de bienestar real en tu empresa; o porque quieres dar servicio o vender productos que ayuden a solucionar grandes retos sociales y ambientales que existan en la sociedad. Las empresas tenemos que empezar por este camino, porque hoy día el futuro de los negocios está yendo en esta dirección”, aseveró.

Señaló que el ecosistema empresarial se ha dado cuenta de que se puede hacer las cosas mejor y que hoy es la oportunidad del cambio y dar los primeros pasos.



CONSEJOS

Al consultarle sobre los consejos que les daría a las empresas agroindustriales peruanas para convertirse en Empresa B, indicó que un primer gran paso es que puedan empezar a trabajar con la Evaluación de Impacto B, la cual es una herramienta en línea, 100% gratuita y confidencial, que lo que hace es ayudar a las empresas a entender dónde están hoy día en el campo de sostenibilidad.

“Todos tenemos cosas que ya están avanzando en esa misma dirección, no hay que quedarnos ahí. Hay que ver también cuáles son aquellas en las que no estamos hoy día y empezar a trabajarlas, empezar a hacer una hoja de ruta, entre otros pasos. Es un esfuerzo que no solo genera mucha satisfacción personal y mucho sentido de propósito a la interna de la empresa, sino también muestra oportunidades comerciales asociadas, como la productividad del negocio”, expresó.

Sistema B en el agro

PROPUGNANDO EL CAMBIO A EMPRESAS MÁS RESPONSABLES Y SOSTENIBLES

Desde hace siete años que el Sistema B se está desarrollando en nuestro país y más de 12 en Latinoamérica. Es una organización de alcance mundial que junta y certifica a las empresas que tienen un claro norte de enfocar su propósito hacia un triple impacto en temas sociales, económicos y ambientales, buscando el desarrollo de las empresas y el impacto positivo para los trabajadores, comunidades y el medioambiente.





“Para nosotros esta visión de negocio, este triple impacto, esta lógica empresarial debe ser una decisión de los dueños”

REQUISITOS

La directiva precisó que para ser Empresa B se deben cumplir tres grandes requisitos: el primero es que demuestren que tienen prácticas; por ejemplo, una política, un código anticorrupción, una política de cumplimiento en la empresa, políticas que beneficien a los trabajadores o que les dé capacitación, entrenamiento, que les dé salarios justos, que tenga prácticas y políticas instaladas en el negocio.

El segundo requisito tiene que ver con el llenado de la Evaluación de Impacto B. El puntaje obtenido tiene que

ser transparentado en su página web y ahí se podrá ver el puntaje de todas las empresas globales que han tenido en el mundo.

El tercer requisito es que los dueños de la empresa incorporen en sus estatutos dos párrafos que precisen que la empresa va a procurar generar un impacto positivo en la sociedad. “Eso es bien importante y novedoso porque ninguna certificación en el mundo le pide a la empresa que haga un cambio de nivel de estatutos, que es el documento legal más importante de cualquier organización. Más allá de lo que

le dice el Estado peruano, yo me voy a regir por estas reglas”, anotó.

“Para nosotros esta visión de negocio, este triple impacto, esta lógica empresarial debe ser una decisión de los dueños, quienes son los que toman al final del día las decisiones más importantes. Ellos tienen que firmar ese documento y decir que su decisión es que van a tomar en cuenta estas variables. Es un compromiso no menor, es muy importante porque ayudan a definir la identidad y la línea ética de la empresa”, afirmó.

BENEFICIOS

De otro lado, dijo que el ser Empresa B trae varios beneficios que se agrupan en tres. Señaló que el primer gran beneficio es poder comunicar y el poder respaldar las acciones que uno tiene, la visión de negocio, con una comunidad global.

“Se centra alrededor de uno de poder mostrar credibilidad y realmente transmitir de manera genuina el compromiso que esas empresas tienen. La certifica-

nidad B y cómo uno no está solo en esto. Ser parte de esta comunidad da muchos beneficios a nivel de negocio, pero también a nivel de acompañamiento. “Uno puede tener dudas porque quiere que su negocio crezca. Pero si yo, por ejemplo, quiero abrir operaciones en Chile, allí hay una comunidad de Empresas B con la que puedo conectar y que me pueden ayudar a entrar en el mercado”, explicó.

El tercer beneficio que rescató está referido a las

“Ser parte de esta comunidad da muchos beneficios a nivel de negocio, pero también a nivel de acompañamiento”

ción B hoy día se ha posicionado a nivel global como una de las articulaciones más ambiciosas para las empresas que les interesa los temas de impacto positivo y sostenibilidad. Es una marca que tiene a empresas certificadas como Natura, como Patagonia, en líderes incuestionables en temas de sostenibilidad”, contó.

Sobre el segundo beneficio dijo que es el referido a la existencia de la comu-

cosas que han visto cuando las empresas se vuelven B.

“Por ejemplo, hay bancos hoy en día -Bancolombia en Colombia, Banco Galicia en Argentina, Banco Estado y Santander en Chile, entre otros- que dan tasas preferenciales y otros beneficios a las Empresas B. Aquí el BBVA se les da una suerte de análisis preferencial en el que se evalúan regularmente 300 cosas para las empresas”, señaló.





Ing. Richard Solorzano Acosta, coordinador de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Proyecto Suelos y Aguas del INIA.



BENEFICIOS

El ingeniero agrónomo precisó que el beneficio inmediato para el productor es un reporte de análisis de suelo, el cual contiene el estado de fertilidad, lo que implica el conocer cuánto tiene de nutrientes: nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio, azufre.

El segundo beneficio es conocer cuál es la cantidad de metales y cómo están distribuidos en los suelos donde se cultiva la vid de exportación.

“El estudio de metales pesados es importante en estos momentos, porque las restricciones a los límites máximos permisibles de varios de estos componentes han ingresado en el mercado exportador. Por ejemplo, se ha detectado cadmio en palto y es muy probable que en algún momento también se detecte estos metales en vid. Queremos estar preparados porque los suelos de Perú naturalmente tienen estos metales en mayor o menor cuantía”, señaló.

mapa, aunque tiene aún vigencia, no contempla la posibilidad y la variación completa de la fertilidad. Han pasado muchos años por lo que se debe actualizar. Es preciso que los productores se integren porque solamente teniendo más productores hay mayor número de muestras, hay mayor área muestreada y, por lo tanto, se conocerá a mayor profundidad la fertilidad del suelo”, aseguró.

Comentó que INIA conversó con PROVID y acordaron mapear la fertilidad de los suelos que tienen todos los miembros de asociación y que actualmente cultivan vid, no solo para conocer, hacer el diagnóstico y estudiar la fertilidad del suelo, sino además para entregar una recomendación de generar mapas y otras herramientas, producto de estos análisis.

“Es importante que todos participen y nadie se quede en el camino, de esa manera todos los productores de vid podrán conocer cuál es el estado de subsuelo, compartir información o acceder a las recomendaciones técnicas que se van a generar junto con estos mapas para mejorar la calidad del suelo”, añadió.

COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE INIA Y PROVID

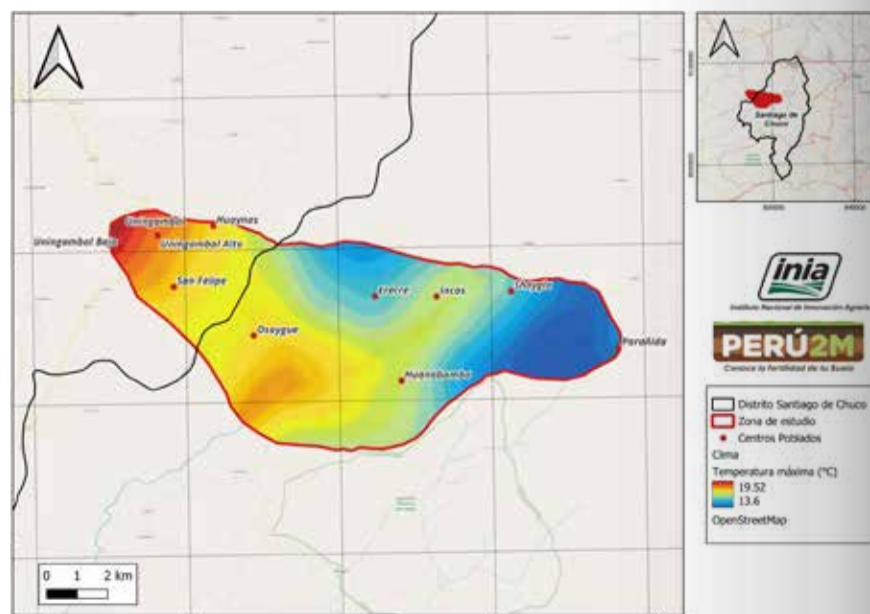
ANALIZANDO LA FERTILIDAD DEL SUELO DEL CULTIVO DE LA VID

El último mapa de suelos de Perú, realizado por INRENA, no refleja la variación actual de la fertilidad, por lo que es necesario actualizarlo. En colaboración con PROVID, INIA mapeará la fertilidad de los suelos de los productores de uva de mesa a través del proyecto 2M, generando recomendaciones técnicas, mapas y otras herramientas basadas en estos análisis para mejorar la calidad del suelo.

Es por ello que cobra gran trascendencia la realización del Proyecto de Variación Espacial de la Fertilidad del Suelo en el Cultivo de la Vid iniciado en marzo pasado por el INIA y previsto para culminar en julio del 2025.

Al respecto, el ingeniero Richard Solorzano Acosta, coordinador de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Proyecto Suelos y Aguas del INIA, dijo que se busca conocer el grado de fertilidad que tiene el suelo y establecer estrategias para mejorar en ese contexto. Forma parte de la Campaña Nacional Perú 2M “Conoce la Fertilidad de tu Suelo”.

Anotó que el último mapa de suelos del Perú fue realizado por el desaparecido INRENA y publicado en 1996. “Este





INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA

Expresó que se trata de una investigación participativa, por lo que es muy importante que todos los productores se involucren en el proyecto y sepan lo que el Estado está haciendo y de las herramientas que se están generando.

“Al no haber conocimiento no puede haber mejora. Esta es una herramienta para saber dónde puedo poner

más vid, dónde puedo tener mejores opciones de fertilidad de suelos sin mayores problemas, cuánto fertilizante debo aplicar en base al estado actual de fertilidad y reconocer posibles problemas, como contaminación con metales pesados, salinidad, acidez u otro factor que lleve a que el cultivo de vid ser más costoso”, resaltó.



OPORTUNIDAD DE ANÁLISIS: PARTICIPA ENVIANDO TUS MUESTRAS HASTA MAYO 2025

Solórzano Acosta, quien por el momento lidera la campaña 2M, dijo que el proyecto culmina en julio del 2025 y que los productores tienen hasta mayo para remitir sus muestras. “Debemos dar un espacio para el procesamiento estadístico, la generación de los mapas y el procesamiento de la información después del análisis de laboratorio. Lo primero que se entregará es un reporte del análisis con los estados físicos-químicos del suelo y después el procesamiento cartográfico”, subrayó.

Comentó que se ha entregado a PROVID un protocolo para la toma de muestras y cómo enviarlas, el mismo que se ha compartido con sus asociados. “Se toman alrededor de 4 a 10 muestras por hectárea, se mezclan, se prepara una muestra general de un kilogramo y se remite al laboratorio de nuestra sede central de La Molina”, precisó.

Indicó que se han detectado algunos errores al momento de tomar la muestra y en otros casos de muestras insuficientes. Por ello, dijo que el INIA está brindando orientación a través de su sistema de capacitación, tanto virtual como presencial.

“Podemos orientarlos en la toma de muestras y en el etiquetado ya que se han presentado algunos errores. Hay que consignar datos como el nombre del productor y del fundo, las coordenadas, el cultivo anterior, el cultivo actual y detalles de ese tipo que pudieran parecerles confusos. Dentro del manual viene la etiqueta llenada correctamente para que puedan tomarlo de ejemplo”, precisó.

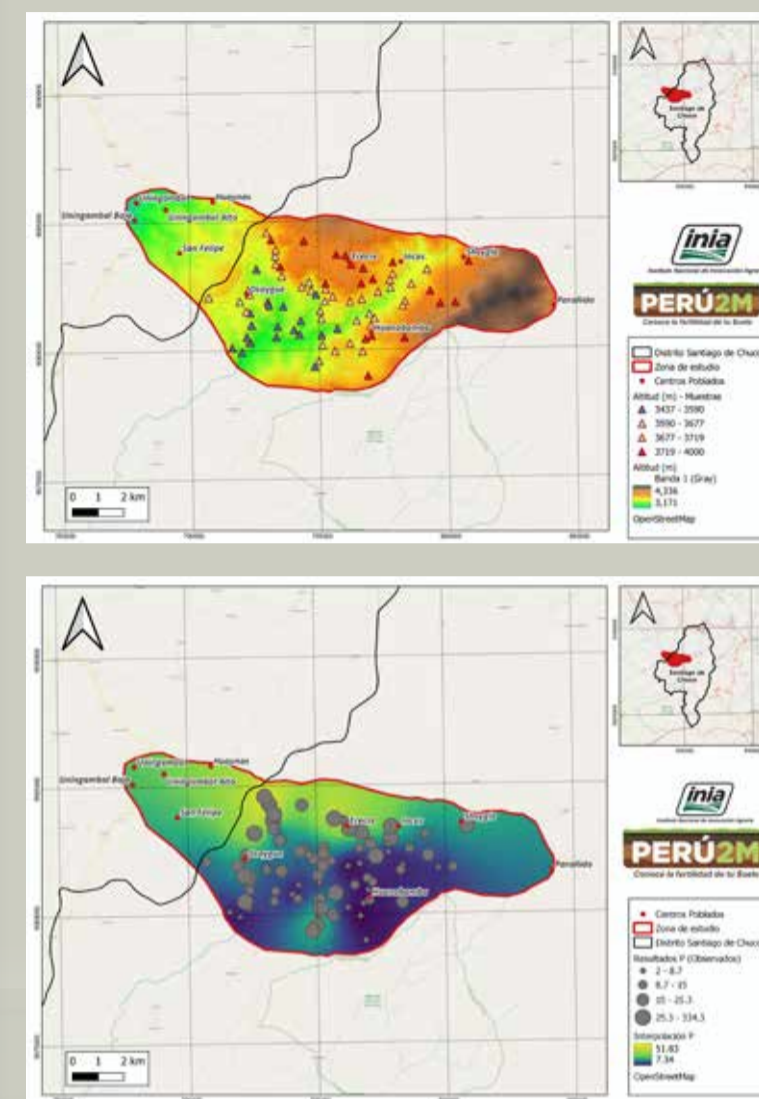
Para mayor información de cómo participar, escríbenos a ecevallos@provid.org.pe



MAPAS ESPECIALES DE VID

En otro momento, señaló que el proyecto termina con PROVID al entregarle los resultados de las muestras para la aplicación inmediata. Sin embargo, luego con esos datos se trabajarán mapas especiales que buscan interpretar la realidad de todos los suelos donde se cultiva vid, tratando de encontrar asociaciones entre la calidad, el rendimiento, posibles plagas, enfermedades y la variación espacial (cambios sufridos a lo largo del terreno del cultivo).

“Por ejemplo, conocer cómo son los suelos donde se cultiva vid hacia el norte, el centro y el sur del Perú para que, si en el mediano y largo plazo algún empresario productor quisiera cultivar en alguna de esas zonas, al ya conocer y tener referencia cómo son los suelos en este lado, pueda aventurarse a emplear esta información como herramienta de toma de decisiones”, añadió.





MODA SOSTENIBLE

¡SORPRENDENTE! ¡LA MERMA DE UVA SE TRANSFORMA EN... MOCHILAS, CARTERAS Y ZAPATOS!



Es bien sabido que la uva es una fruta apreciada por su calidad y sabor, y que su procesamiento da lugar a una variedad de productos beneficiosos para la salud humana y el cuidado de la piel. Sin embargo, ¿sabía que en el mercado nacional e internacional ya se están vendiendo mochilas, carteras y zapatos elaborados con... ¡cáscara de uva!?

A sí es, la empresa peruana Caxacori Studio ha desarrollado un biocuero denominado "Uwatex", producto vegano elaborado en base al residuo de la cáscara de uva. Es ecológico y amigable con el medio ambiente, una alternativa al uso del cuero animal y sintético.

Jorge Cajacuri, fundador y gerente general de Caxacori Studio, señaló que hace más de 10 años viene trabajando proyectos de moda sostenible en el cual desarrollan diversas propuestas de biomateriales enfocados en temas de economía celular y preservación de bosques amazónicos. En Europa y el hemisferio norte es donde más se conocen los avances de biomateriales.

"Sentimos que era necesario una propuesta aquí en Perú, en parte por toda la biodiversidad que se trabaja y todos los insumos que hay aquí, y quisimos empezar a desarrollar una propuesta del biocuero, a base del residuo de la cáscara de uva que es el orujo.

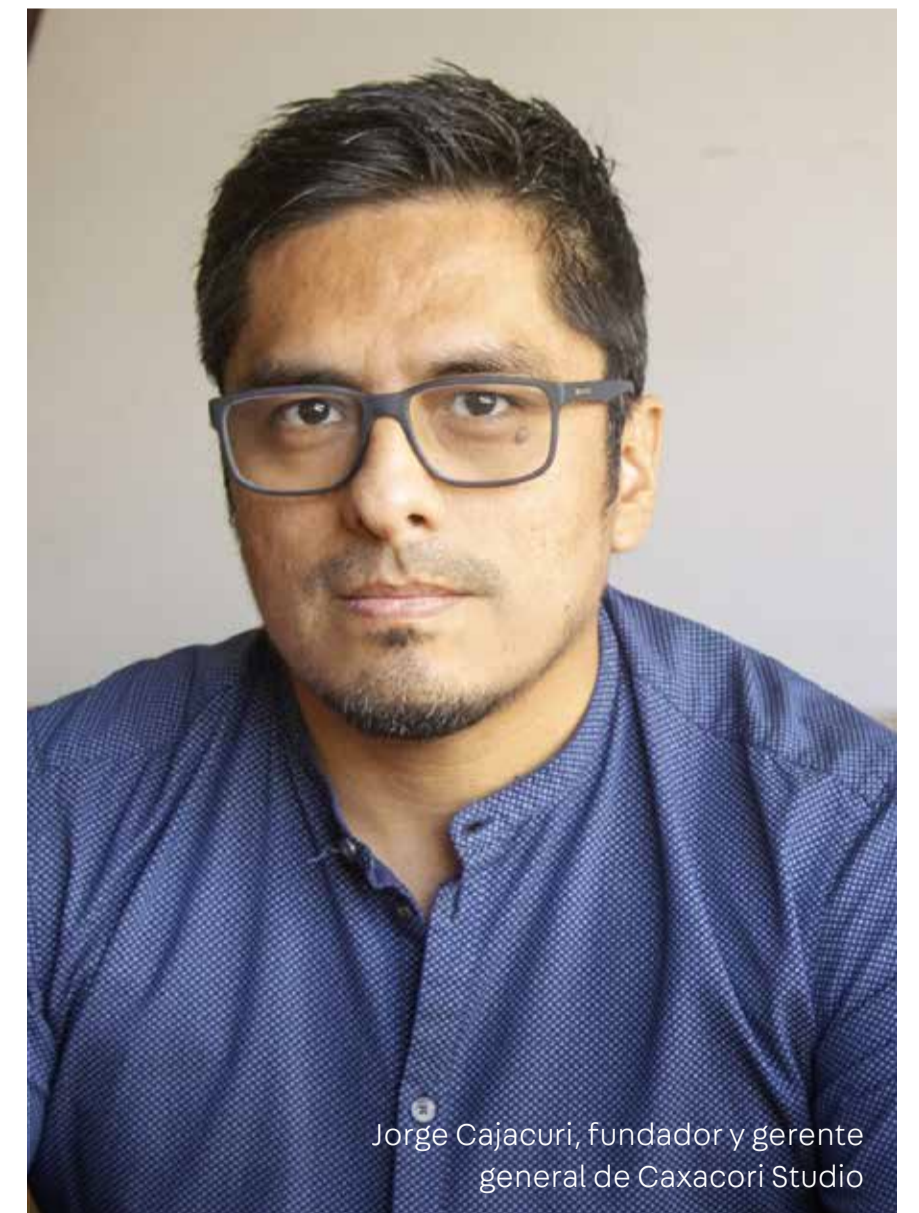


PRODUCTO DE EXPORTACIÓN

Contó que Caxacori Studio es una empresa Inclub que produce y comercializa los biocueros desde la pandemia. Sus clientes son empresas nacionales y extranjeras que luego convierten esta materia prima vegana en bonitas prendas de vestir, carteras, mochilas y zapatos. "No buscamos reemplazar al cuero animal", aclaró.

Precisó que han exportado a Estados Unidos y Uruguay y actualmente están en conversaciones con empresas europeas.

Cajacuri, diseñador de profesión, explicó que los biomateriales alternativos, como es el caso del biocuero "Uwatex", es una tendencia en temas de moda y afines, y que en otros continentes es muy fuerte.



Jorge Cajacuri, fundador y gerente general de Caxacori Studio



AMIGABLE CON MEDIO AMBIENTE

“Acá en el Perú hay gran interés, está creciendo y está empezando a encontrar su espacio; afuera mucho más. La moda sostenible es un mercado que está creciendo bastante y va a seguir haciéndolo porque vienen muchas regulaciones de los países sobre los materiales, la forma de desarrollar los materiales, las producciones y hacerla más amigable con el medio ambiente”, señaló.

“Nuestro proceso es mucho más amigable con el medio ambiente y el producto tiene una buena capacidad de resistencia porque trabajamos con laboratorios que miden esa capacidad”, añadió.



EL FUTURO ES SOSTENIBLE

En otro momento, indicó que la tendencia vegana en los diferentes sectores económicos está en crecimiento y que poco a poco debe expandirse un poco más esta toma de conciencia del consumo responsable.

“Por nuestra parte, como empresa tenemos que mejorar nuestros procesos para hacernos cada vez más accesibles, mejorar la capacidad de producción para la demanda que se viene. Cada empresa debe empezar a tomar en cuenta de que el futuro es sostenible, no importa el rubro en el que esté; el futuro se viene en ese sentido y algunos no lo pueden sentir en este momento, pero va a llegar. Hay que ir preparándose para lo que se viene”, afirmó.



DESARROLLO DE PROYECTO

El innovador empresario dijo que el desarrollo del proyecto demoró año y medio y contó con el apoyo financiero del Estado del Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación) de Produce (ProInnovate) del ministerio de la Producción (Produce).

“Nosotros tenemos un laboratorio dentro de la empresa que constantemente estamos desarrollando, mejorando y produciendo los biomateriales, tenemos alianzas con laboratorios externos y trabajamos con ingenieros físicos químicos de diversas áreas técnicas, también artesanos, diseñadores. Tenemos las máquinas adecuadas para lograrlo y estamos siempre buscando ampliar el tema de capacidad de producción, que es lo que estamos ahorita enfocándonos”, comentó.

Comentó que el orujo ha sido utilizado de diversas formas: para alimentos de animales, abono, para asentar caminos, etc., pero lo malo es que se pudre cuando se almacena en demasía. Por eso ellos vieron la alternativa de procesarla, convertirla en cuero y darle un uso adicional.



EL ARTE DEL RIEGO Y LA FERTILIZACIÓN

INNOVACIÓN, EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD EN LA NUTRICIÓN VEGETAL

El riego y la fertilización son dos aspectos muy importantes en la agricultura para lograr el desarrollo de los cultivos. Su uso correcto y eficiente de ellos en los sembríos de uva de mesa, así como en otros productos agrícolas, es fundamental para tener un gran rendimiento de las plantas al menor costo posible, alcanzar una alta calidad, así como conseguir la sostenibilidad del agro.



Ing. Orlando Tito, jefe de Fertiriego y Nutrición Vegetal de la agrícola Vanguard Perú

Sobre este tema vital para obtener una efectiva y eficaz mejora en los cultivos, conversamos con el ingeniero Orlando Tito, jefe de Fertiriego y Nutrición Vegetal de la agrícola Vanguard Perú.

DESAFÍOS

Entre otros temas, nos habló sobre los desafíos más comunes que se enfrenta en la gestión de riego y fertilización, y cómo se superan, precisando que estos incluyen equilibrar los nutrientes y mantener la uniformidad en ambos procesos.

Otro reto importante que destacó fue el manejo de la salinidad del suelo. "Para ello, se recomienda evaluar la conductividad mediante sensores y realizar lavados periódicos para desplazar las sales acumuladas en el bulbo de riego", afirmó.

Además, advirtió que el costo y la disponibilidad de insumos pueden complicar la operación. Por lo tanto, es fundamental mejorar las estrategias de adquisición de fertilizantes y enmiendas, así como investigar nuevas tecnologías en fertilización, como los biofertilizantes.



EFICIENCIA DEL RIEGO

Al hablar sobre qué tecnologías o prácticas considera fundamentales para mejorar la eficiencia del riego en el cultivo de uva de mesa, no dudó en señalar que es fundamental implementar un sistema de riego por goteo, complementado con sistemas de monitoreo de humedad del suelo.

"Estos sistemas proporcionan datos en tiempo real sobre las condiciones del suelo, lo que permite ajustar el riego según las necesidades específicas de las plantas. Además, se puede realizar una programación automatizada para el riego y la fertilización", añadió.

En términos de sostenibilidad indicó que para reducir el uso de agua sin afectar la productividad de las vides es fundamental implementar el riego por goteo, ya que proporciona agua de manera eficiente.



"Este sistema debe complementarse con sensores de humedad del suelo y el cálculo del coeficiente de cultivo, lo que permite determinar la cantidad de agua necesaria en las diferentes etapas de crecimiento"

"Este sistema debe complementarse con sensores de humedad del suelo y el cálculo del coeficiente de cultivo, lo que permite determinar la cantidad de agua necesaria en las diferentes etapas de crecimiento. Además, la aplicación de compost y restos vegetales contribuye a conservar la humedad del suelo y a controlar las malas hierbas", puntualizó.



FERTIRRIGACIÓN

Orlando Tito destacó el papel y beneficios de la fertirrigación en la optimización de los nutrientes para el cultivo, señalando que permite proporcionar agua a las plantas en el momento en que más lo necesitan. “Además, un buen manejo del riego implica regular la cantidad de agua en momentos en que la planta requiere menos, como antes de la floración, donde es crucial medir cuidadosamente el riego, ya que se están desarrollando las nuevas raíces”, agregó.

En lo que respecta a la nutrición, subrayó que es importante ofrecer diferentes soluciones nutritivas según la etapa fenológica. Por ejemplo, el calcio debe aplicarse hasta que las bayas alcancen un tamaño de 4 mm para que lo asimile la fruta, que es importante para prevenir problemas como el rajado y la pudrición.



FERTILIZACIÓN Y CLIMA

Las condiciones climáticas y del suelo son muy importantes en la agricultura, especialmente en un contexto de cambio climático por el que atravesamos, por lo que es necesario saber cómo ajustar las estrategias de fertilización en estos casos.

Al respecto aseguró que es esencial monitorear las condiciones climáticas para ajustar la frecuencia de riego y fertilización, considerando también el tipo de suelo. “Se deben implementar prácticas de conservación del suelo, como el uso de mulch e incorporación de materia orgánica, que mejoran la fertilidad y la retención de la nutrición de las plantas según sea necesario”, recomendó.

INNOVACIONES RECIENTES

Con relación a los sistemas innovadores que recientemente se han implementado en el campo, dijo que destacan los sensores de humedad del suelo y estaciones meteorológicas. “Se utilizan dos dispositivos de humedad y conductividad eléctrica, uno portátil y otro fijo, que, junto con las estaciones meteorológicas, permiten monitorear las necesidades específicas del cultivo”, explicó.

Además, comentó que se dispone de sistemas integrados de gestión de datos que manejan la información sobre riegos, nutrición y análisis, clasificada por variedad y finca, lo que facilita el acceso a información clave para tomar decisiones ágiles.

“Por último, la automatización del sistema de riego contribuye a estandarizar las prácticas de manejo, reduciendo costos y mejorando la eficiencia operativa”, subrayó.

FUTURO DE RIEGO Y FERTILIZACIÓN EN UVA

Al consultarle sobre cuál cree que es el futuro del manejo de riego y fertilización en la uva de mesa, aseveró que es la automatización y la agricultura de precisión. “La integración de tecnologías permitirá ajustar las necesidades de riego y fertilización en tiempo real, lo que mejorará la eficiencia en el uso de recursos, como agua y fertilizantes, y aumentará la calidad y uniformidad del producto final”, acotó.

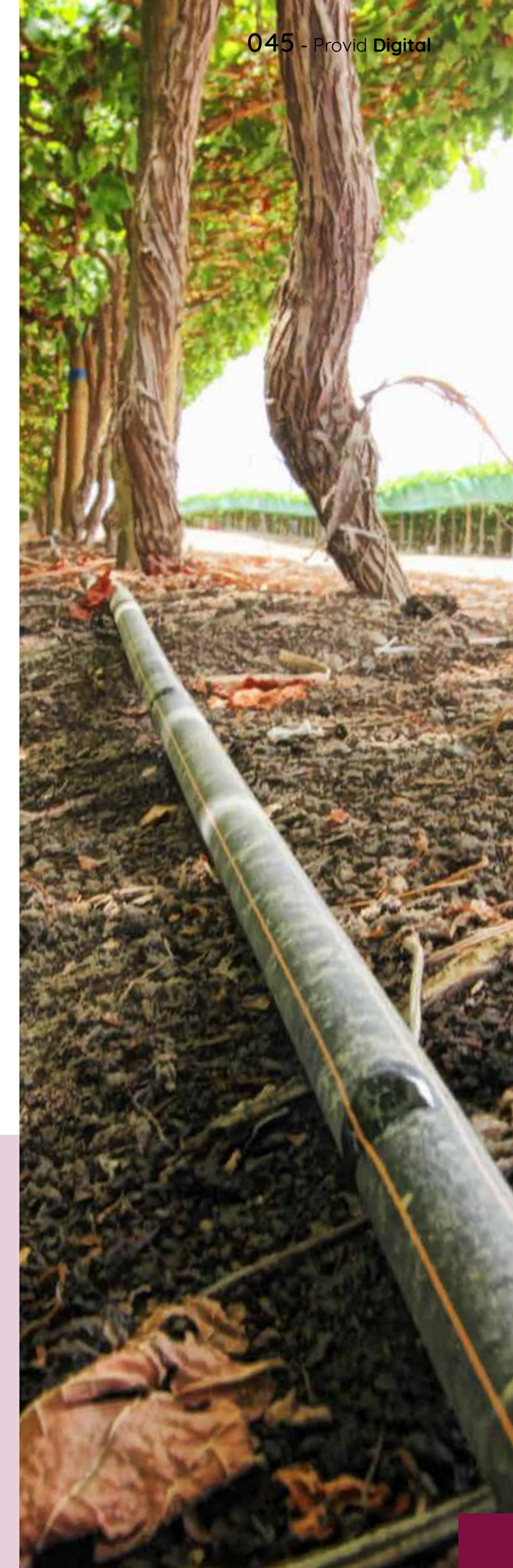
Agregó que los modelos de predicción climática en el ámbito agrícola facilitarán la anticipación a problemas relacionados con el clima y que prácticas sostenibles, como el uso de biofertilizantes y tecnologías que optimizan el aprovechamiento de nutrientes, contribuirán a lograr producciones más estables y rentables.

RENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

De otro lado, dijo que, para optimizar los sistemas de riego y fertilización con el fin de aumentar la rentabilidad y sostenibilidad de sus cultivos, es fundamental comprender que lo que se mide se puede mejorar.

“Por ello, se recomienda invertir en tecnologías de monitoreo, como sensores de humedad y conductividad eléctrica. También es esencial realizar análisis regulares del suelo y de las hojas para identificar las necesidades nutricionales de las plantas”, señaló.

Además, enfatizó, que es crucial optimizar el diseño del sistema de riego mediante un mantenimiento adecuado, lo que garantiza una distribución uniforme de agua y fertilizantes.



GESTIÓN FRUCTÍFERA

ACTIVIDADES PROVID



Durante setiembre, octubre y noviembre, PROVID llevó a cabo una serie de actividades en beneficio de sus asociados con el objetivo de coadyuvar al desarrollo y crecimiento de las exportaciones de uva de mesa.

CONVENIO CON ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO



En busca de impulsar el crecimiento profesional de sus asociados, la Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú (PROVID) suscribió un convenio con la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico (PE).

Esta alianza estratégica con la Academia permitirá ampliar los conocimientos y habilidades de nuestros profesionales y los beneficiará al poder acceder a maestrías, programas y cursos con una tarifa corporativa exclusiva.



CONVENIO SENASA Y PROVID

PROVID y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) firmaron un convenio con la finalidad de afianzar su trabajo en conjunto para garantizar los más altos estándares de inocuidad y fitosanidad en la producción de nuestras uvas.

Este convenio refuerza también el esfuerzo colectivo para que nuestras uvas sigan conquistando mercados internacionales, cumpliendo con los requisitos fitosanitarios y promoviendo la sostenibilidad y el desarrollo de la industria de la uva de mesa peruana.



👏👏 ¡Seguimos fortaleciendo el trabajo en conjunto!

THE GLOBAL PRODUCE & FLORAL SHOW 2024

Con la finalidad de conectar con compradores, distribuidores y líderes del sector agrícola y de productos frescos de Estados Unidos y otros mercados claves que buscan calidad y confiabilidad, PROVID estuvo presente en The Global Produce & Floral Show 2024, que se realizó el 18 y 19 de octubre pasado en la ciudad de Atlanta, Georgia.

La participación de nuestra delegación también sirvió, además de fortalecer las relaciones comerciales, para seguir posicionando la calidad y exquisitez de la uva de mesa peruana y destacar el trabajo de PROVID como voz representativa de este sector en el Perú.



ASIA FRUIT LOGÍSTICA

Del 4 al 6 de setiembre pasado, PROVID participó en Asia Fruit Logística 2024, considerada como la feria de frutas y hortalizas más importante del Asia, con la finalidad de fortalecer nuestra posición en el mercado asiático como uno de los principales abastecedores de estos productos agrícolas y explorar nuevas oportunidades comerciales.

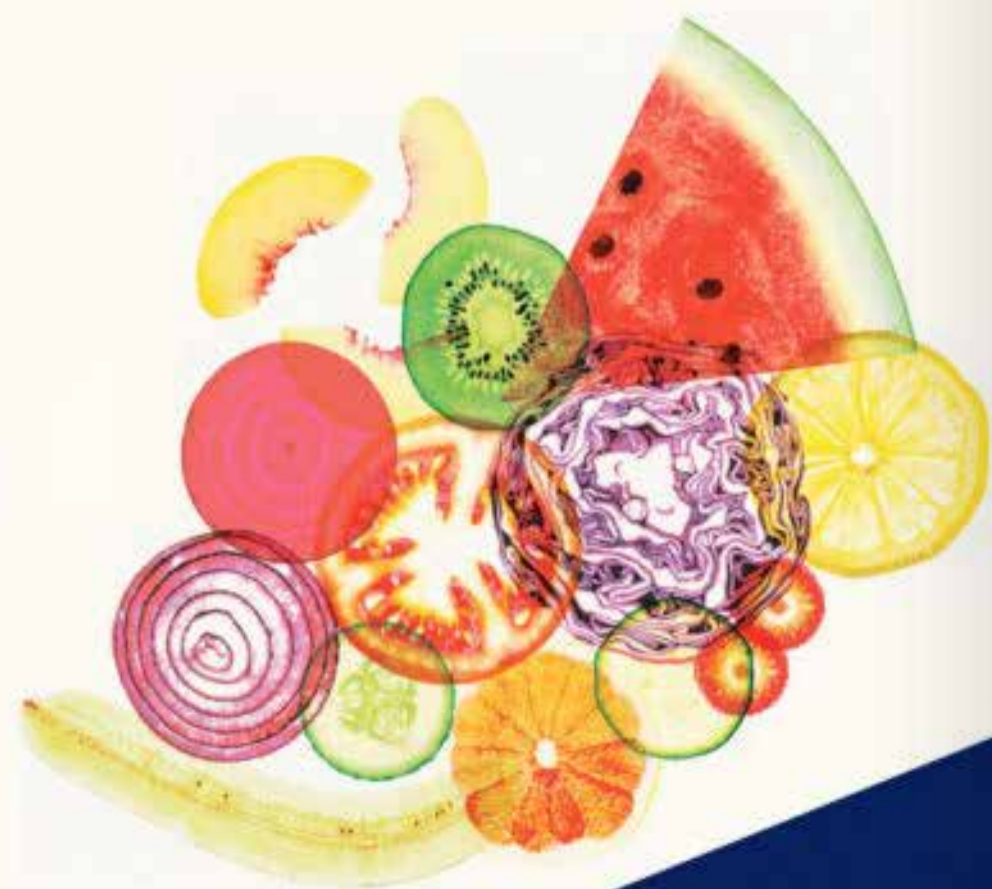
Hasta Hong Kong, donde se desarrolló este certamen internacional, se trasladó la delegación nacional compuestas por ocho empresas agroexportadoras: Westfalia Fruit Perú, Camposol, Marand Company, El Pedregal, Fruglobe, Alpine Fresh, Clavet y Peruvian Inka Fruit, así como representantes de PROVID, Proarándanos y APEM



FRUIT ATTRACTION 2024

PROVID participó con gran éxito en la La Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas Fruit Attraction 2024 que se llevó a cabo en Madrid del 8 al 10 de octubre último.

Este importante evento, organizado por Ifema Madrid y Fepex, está dirigido a los profesionales hortofrutícola del orbe y se ha convertido en la herramienta comercial de referencia para la comercialización mundial de frutas y hortalizas, consolidándose como un marco de innovación en esta industria.



WEBINAR
Certificación OEA: Impacto y Beneficios para Exportadores

Gululiana Perez
SUPERVISOR OEA

Jueves 26 Septiembre
03:00 PM / Vía Zoom

OPERADOR ECONÓMICO AUTORIZADO

Provid
Asociación de Productores de Uva de Mesa del Perú

WEBINAR CERTIFICACIÓN OEA

PROVID y Sunat organizaron en setiembre pasado el webinar "Certificación OEA: Impacto y Beneficios para Exportadores" con la finalidad de que nuestros socios conozcan el detalle de este procedimiento para agilizar sus operaciones comerciales y las facilidades relacionadas con la operatividad, como la reducción de los tiempos en el control aduanero, garantía nominal, aprobación automática Drawback, regularización y rectificación automática de datos en DAM y recepción de mercancías.

El OEA es un operador certificado de comercio internacional, acreditado en la seguridad de la cadena logística mundial y con facilidades en control y simplificación aduanera por tener el respaldo de la Sunat.

"El OEA es un operador certificado de comercio internacional, acreditado en la seguridad de la cadena logística mundial"

CONVERSATORIO CON SENASA EN PIURA

PROVID y SENASA Piura llevaron a cabo en setiembre un conversatorio dirigido al personal de packing y logística de exportaciones de las empresas productoras de uva de mesa de Piura.

En la cita se abordó las casuísticas con la perspectiva y compromiso de las partes implicadas, con el fin de coordinar las mejoras para la operatividad de la campaña de la uva 2024-2025.

CONVERSATORIO CON VUCE MINCETUR Y SENASA

Representantes de PROVID se reunieron con VUCE Mincetur y el SENASA para analizar los reportes de nuestros asociados sobre el uso de la Ventanilla Única de Comercio Exterior en la última campaña e identificar oportunidades de mejora y asegurar que la próxima campaña sea más eficiente y fluida para todos.

El VUCE Mincetur tiene entre sus objetivos el canalizar la información requerida y provista por las entidades a través de medios electrónicos para facilitar el comercio exterior.



CONVERSATORIO EN PIURA

Agradecemos su participación en el conversatorio del 30/10 con autoridades del SENASA, ANA y SENAMHI en Piura.

SENASA: Ing. Nelson Guerrero e Ing. Javier Arteaga - Sanidad Vegetal.

SENAMHI: Ing. Jorge Luis Carranza Valle - Director de Zonal 1 Piura

ANA: Ing. Javier Alexander Soplapuco Torres - Director de la Autoridad Administrativa del Agua Jequetepeque - Zaramilla

Analizamos con información de primera fuente la situación actual de la disponibilidad de agua, el pronóstico climático ante la sequía en la zona norte y la operatividad de las inspecciones.



FIRMA DE CONVENIO DE COOPERACIÓN ENTRE PROVID Y LA UNALM

¡Nos complace compartir que PROVID PERÚ y la Universidad Nacional Agraria La Molina firmaron un convenio de cooperación! Este acuerdo tuvo como objetivo impulsar proyectos de investigación, innovación y desarrollo, logrando beneficios significativos para la industria de la uva de mesa.

Cultivando el futuro juntos, en PROVID estamos comprometidos con construir una industria más sólida y sostenible. Te invitamos a unirse a este esfuerzo colaborativo, donde cada contribución cuenta para generar un impacto significativo en el desarrollo de nuestra industria.

¡Juntos podemos hacer la diferencia! ¡Trabajo colaborativo Academia y sector privado!



WEBINAR: "PANORAMA ACTUAL DE LOS PUERTOS: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PARA EL FUTURO"

El pasado 25 de octubre, Provid realizó el Webinar: "Panorama Actual de los Puertos: Desafíos y Oportunidades para el Futuro", con el objetivo de analizar el estado actual de los puertos: Ofrecer una visión detallada del rendimiento y las condiciones actuales de los puertos, abarcando su infraestructura y capacidad operativa, así como, identificar y las oportunidades y desafíos que se presentan, entre, otros importante temas.

En este interesante webinar, participaron representantes de Puerto de Chancay, Terminales Portuarios Euroandinos Paita, APM Terminals Callao, DP World Perú y Terminal Portuario Paracas, quienes ofrecieron interesante información sobre la situación actual y las tendencias logísticas en el comercio internacional.



TALLER DE INICIO DE CAMPAÑA DE UVA DE MESA EN ICA

El taller se realizó el pasado 07 de Noviembre. Contamos con las ponencias técnicas del SENASA y una feria de Stands de los principales exportadores en la zona de Ica e invitados del SENASA. En esta feria, se expuso la operatividad para la campaña 2024 2025, además se capacitó a los asociados en los requisitos fitosanitarios para la exportación.

¡Trabajo colaborativo entre PROVID y SENASA!



PROVID Conexión

Revista de la Asociación de Productores de Uva del Mesa del Perú

LinkedIn 



Calle 21 N° 713 - Int. 205 Urb.
Corpac - San Isidro, Lima Perú

(511) 475-1756 / +51 954 104 202

contacto@provid.org.pe

www.provid.org.pe
www.providconexion.com.pe