

PRIMERA PROYECCIÓN DE LA CAMPAÑA 2021 - 2022

El Perú estaría, por primera vez en la historia, superando los sesenta millones (60MM) de cajas de Uva de Mesa de exportación al mundo.

Basada en una Industria de Agroexportación sustentable, altamente profesionalizada, que ha logrado estimar su oferta total, y enfocada en agregar valor a los diferentes mercados, para esta próxima temporada se espera un crecimiento orgánico del 9%, diversificado en las diferentes variedades que los mercados del mundo demandan, llegando a las 62.5 millones de cajas homologadas a 8.2kg.

Es importante mencionar que el Perú es visto como un abastecedor de alta confiabilidad gracias a la ausencia de eventos climáticos severos. Nuestro recambio varietal a variedades más atractivas, y la acertada diversificación de volumen hacia los diferentes mercados nos hace sólidos.

Un aporte estratégico al sector proviene del trabajo conjunto SENASA – PROVID en la apertura de nuevos mercados. El expediente de trabajo para la apertura del mercado japonés está avanzando; por otro lado, hemos cursado oficio para tentar la vía aérea hacia el mercado chino.

Al ser Perú el segundo exportador de uva de mesa en el ranking mundial, PROVID tiene como responsabilidad la entrega de información clave que permita a proveedores, mercados y otros actores gestionar los volúmenes de la forma más sustentable, compatible con los recursos existentes y anticipando los que se necesitarán.

El desafío

Agricultores y empacadores; el desafío consiste en producir uvas de buena calidad y condición que permitan lograr los mejores retornos económicos posibles, más aún considerando el entorno complejo en el que nos encontramos por la pandemia mundial.

Trabajadores, aliados estratégicos del sector; hemos hecho un llamado a nuestros asociados para mantener y superar el ya buen estándar laboral que nos caracteriza.

Navieras, agentes logísticos, SENASA, entre otros; debemos ser capaces de absorber el crecimiento de manera eficiente y eficaz.

El reto

Nos debemos a quienes permiten que podamos soportar los costos de producción y exportación, explícitamente al mercado.

Quienes pagan finalmente el valor que permite o no soportar los crecientes costos de producción y exportación son los consumidores de nuestras uvas en los diferentes mercados del mundo. En este esfuerzo es imprescindible lograr buenos retornos.

Es así que la misión de PROVID es velar por la buena marcha del sector, y para este fin estamos poniendo a su disposición el primer estimado de producción de la campaña 2021 – 2022. Estaremos actualizando la estimación a lo largo de la campaña.

Manuel Yzaga

Presidente de PROVID

3 de septiembre 2021