



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Fortalecimiento de la cadena de valor de la naranja en San Martín

**Oportunidades de articulación
comercial y Acceso a mercados
competitivos**

Alfonso Sanchez Bartra

Jefe de SD Agromercado - San Martín

PANORAMA NACIONAL – PRODUCCIÓN DE NARANJAS (2024)



N° Productores



10,076

Producción



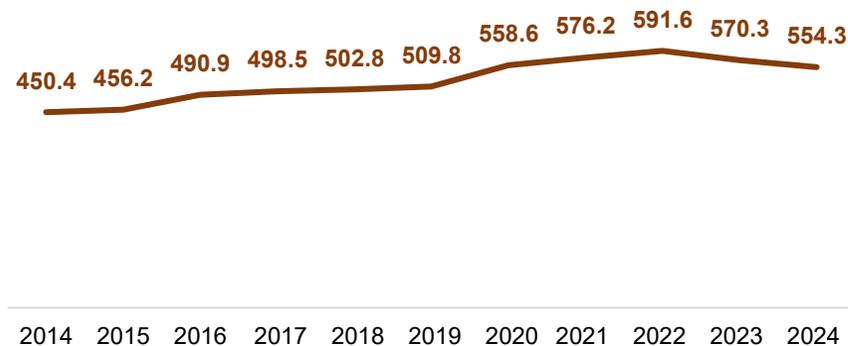
554.3 miles de tn

Precio chacra

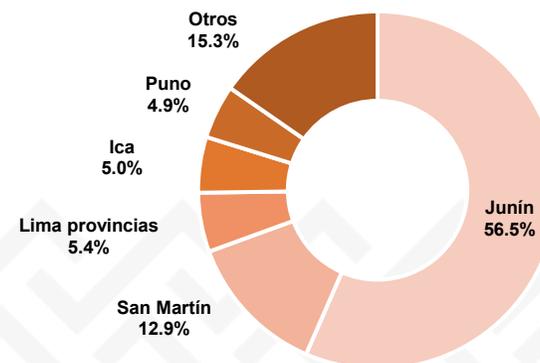


1.14 s/kg.

Evolución nacional de la producción de naranjas (miles de Tn), 2014 - 2024



Principales regiones productoras de naranjas (tn), 2024



ACCESO A MERCADOS COMPETITIVOS

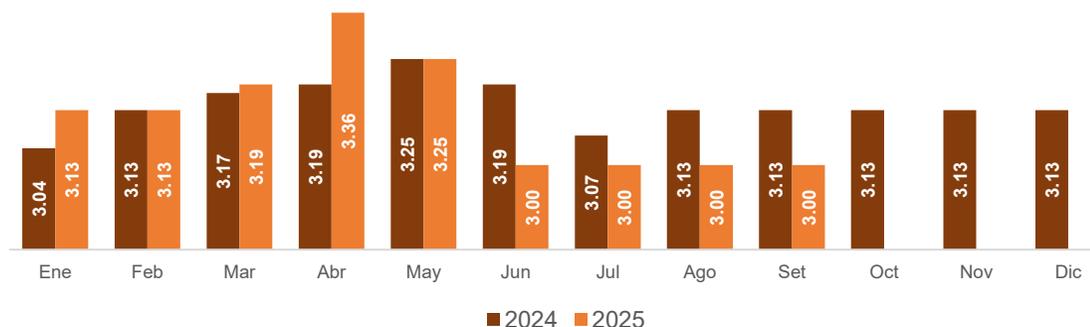
Mercados locales y regionales

En el ámbito local y regional, el producto tiene un espacio asegurado gracias a la alta demanda de juguerías, mercados de abasto y supermercados que buscan fruta fresca de manera constante.

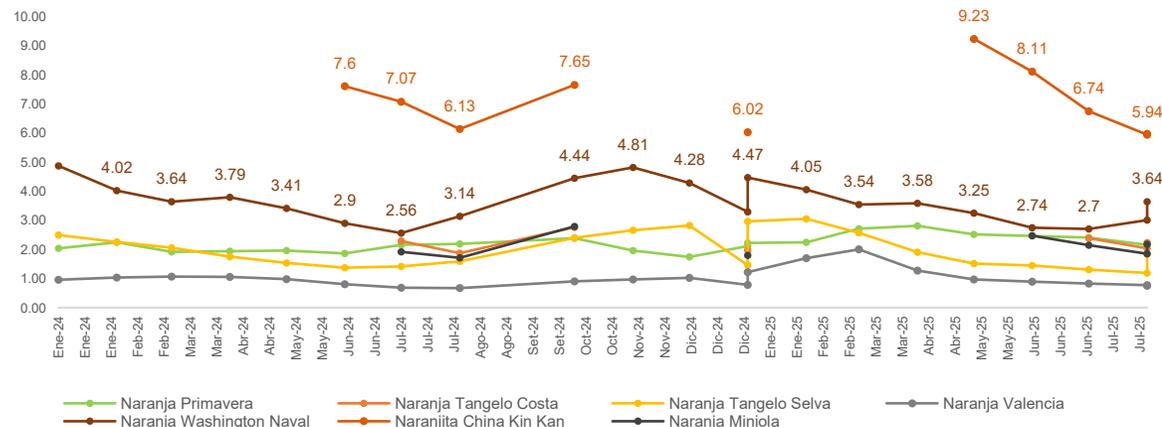
Mercados locales y regionales

En el ámbito nacional, la ciudad de Lima y las principales capitales regionales representan los destinos más atractivos, ya que concentran una mayor demanda y consumo, ofreciendo precios más competitivos, pero con mayores exigencias de calidad, homogeneidad y abastecimiento continuo.

Precio mayorista promedio mensual de Naranja Valencia en San Martín (soles/kg.)



Precio mayorista promedio mensual de Naranjas procedentes de San Martín en Mercados Mayoristas de Lima Metropolitana (soles/kg.)

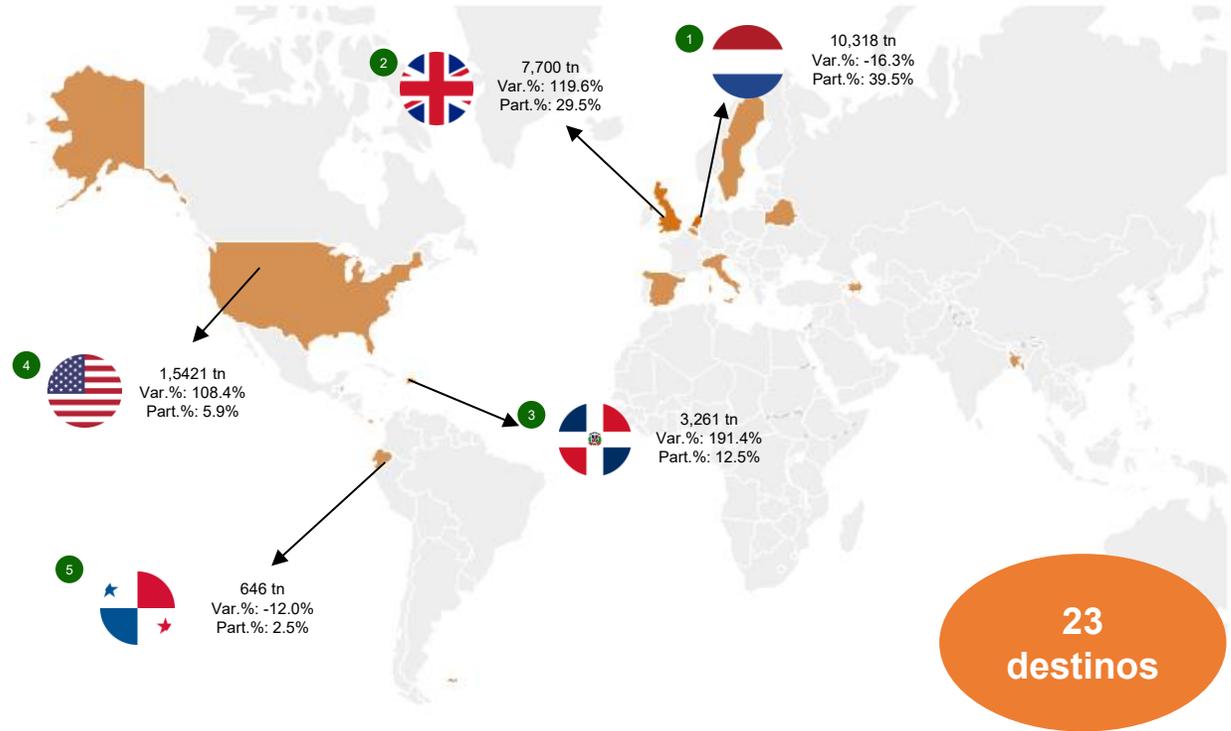




Mercados internacionales

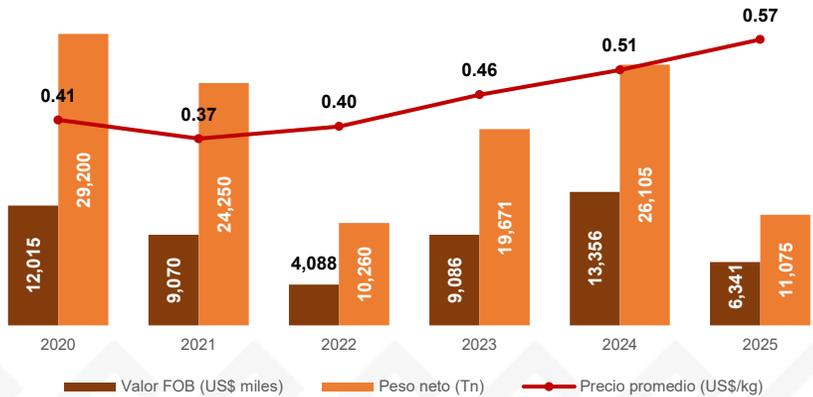
En el ámbito internacional, la exportación de naranja fresca representa una oportunidad clave en periodos de contra estación, cuando la oferta de otros proveedores es limitada. Para aprovechar esta ventaja, es fundamental cumplir con los estándares de calidad, inocuidad y certificaciones exigidos por los mercados internacionales.

Perú: Principales destino de las exportaciones de naranjas frescas, 2024



23
destinos

Exportaciones peruanas de naranjas frescas



REQUISITOS DE ACCESO A MERCADOS

Según N.T.P. 011.023:

- Presentarse enteros, sanos, limpios y firmes
- Estar libres de plagas y enfermedades, así como de daños físicos o mecánicos (magulladuras, cortes, quemaduras, etc.)
- No presentar humedad externa anormal (excepto la condensación de refrigeración), señales de deshidratación, olores o sabores extraños
- La coloración no debe tener zonas con un valor inferior a IC -18 (es decir, excesivamente verdes)
- Contenido mínimo de jugo debe ser al menos del 33% del peso total



Categoría Extra



Categoría II

Nota comercial: A mayor calibre y mejor aspecto de la naranja, mayor es el precio pagado en el mercado; los frutos pequeños o con defectos suelen destinarse a la industria de jugos, con menor valor.

Requerimientos mínimos de madurez

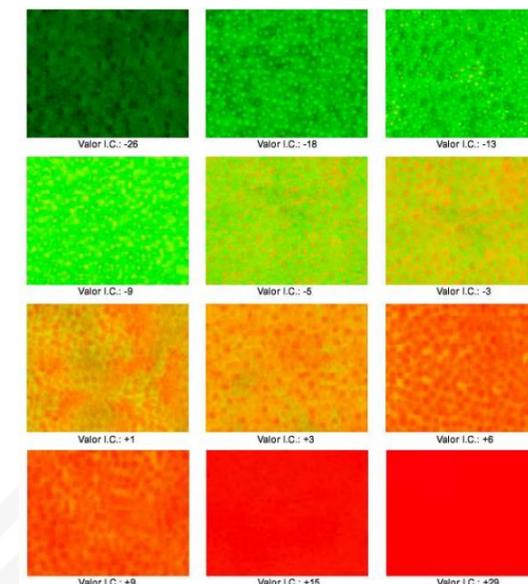
Variedad	°Brix mínimo	Acidez (% ácido cítrico)				Índice de madurez mínimo
		Mínima		Máxima		
		ML	MI	ML	MI	
Navels	8	0.5	0.7	2	2	6.5
Blancas	8	0.5	0.7	2	2	6.5

Nota: ML: Mercado local / MI: Mercado internacional

Escala de calibres

Escala de calibres		
Calibre	Mínimo (mm)	Máximo (mm)
Cal 11	58	61
Cal 10	60	63
Cal 9	70	74
Cal 8	73	78
Cal 7	77	82
Cal 6	81	86
Cal 5	84	90
Cal 4	88	94
Cal 3	92	102
Cal 2	100	112
Cal 1	109	a más

Tabla de color



OPORTUNIDADES DE ARTICULACIÓN COMERCIAL

Las instituciones públicas y las ferias comerciales permiten a los productores acceder a nuevos mercados, generar contactos de negocio y concretar ventas. A través de estos espacios, se fortalece la articulación entre la oferta y la demanda, impulsando mayores oportunidades comerciales.

Para consolidar estas oportunidades, es clave fortalecer la asociatividad, impulsar certificaciones que garanticen la calidad y desarrollar un sello territorial distintivo, lo que permitirá posicionar a la naranja de San Martín con mayor reconocimiento en los mercados nacionales e internacionales.

Ferias comerciales



Instituciones públicas y privadas





TENDENCIAS DE CONSUMO

- **Conciencia por la salud:** Impulsados por la pandemia de COVID-19, los consumidores buscan cada vez más frutas y productos con beneficios para la salud
- **Expansión de los jugos de frutas:** Los consumidores optan por bebidas mínimamente procesadas sin azúcares añadidos
- **Conveniencia y ready-to-eat:** productos fáciles de consumir, como jugos, snacks y mandarinas pelables y sin pepa
- **Productos orgánicos y sostenibles:** creciente demanda de frutas con certificaciones orgánicas y prácticas responsables
- **Presentaciones diferenciadas:** empaques atractivos, porciones individuales y formatos prácticos para el retail.

Certificaciones orgánicas



Productos derivados



Jugos



Pulpa congelada



Cáscara deshidratada



Aceites esenciales

Gracias