



CAMPAÑA 2021-2022 EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA PERUANA CRECIÓ 13% COMPARADO A LA CAMPAÑA ANTERIOR

SOSTENIBILIDAD

Uva de mesa peruana: Una industria que crece responsablemente

MERCADOS

Ingreso de uva de mesa peruana a Japón

EL CHANCHITO BLANCO

El enemigo silencioso de la uva de mesa

SEABOARD
MARINE

www.seboardmarine.com



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

DESDE CALLAO, PERÚ	ZARPE	ARRIBO	DÍAS DE TRANSITO	TERMINAL EN DESTINO
Miami, Florida	Martes	Jueves	9	Port of Miami
Philadelphia, Pennsylvania	Martes	Domingo	12	Penn Terminals
Brooklyn, New York	Martes	Martes	14	Red Hook
Newark, New Jersey	Martes	Jueves	16	Red Hook
Houston, Texas	Martes	Miercoles	20	Jacintoport
Toronto y Montreal, Canada	Martes		16	Via Philadelphia

DESDE PAITA, PERÚ	ZARPE	ARRIBO	DÍAS DE TRANSITO	TERMINAL EN DESTINO
Miami, Florida	Jueves	Jueves	7	Port of Miami
Philadelphia, Pennsylvania	Jueves	Domingo	10	Penn Terminals
Brooklyn, New York	Jueves	Martes	12	Red Hook
Newark, New Jersey	Jueves	Jueves	14	Red Hook
Houston, Texas	Jueves	Miercoles	18	Jacintoport
Toronto y Montreal, Canada	Jueves		14	Via Philadelphia

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			

Citikold
del Perú S.A.C.
"One step ahead"

Agentes generales de Seaboard Marine en Perú y Ecuador
Av. Javier Prado Oeste 757 Of 1303 - Magdalena del Mar, Lma -Perú
Telf.: (511) 6147070
www.citikold.com



NETAFIM™
GROW MORE WITH LESS



Uniram RC

Nuestro gotero autocompensado de alta resistencia al taponamiento, ideal para cultivos de frutales

¿Quieres saber más? ¡Contáctanos!

✉ pe.info@netafim.com

Telf: 982097281

📘 [/NetafimPeru](https://www.facebook.com/NetafimPeru)

<https://www.netafim.com/es-pe/>

📍 [@netafimperu](https://www.instagram.com/netafimperu)

CONTENIDO

06

CAMPAÑA 2021-2022 EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA PERUANA CRECIÓ 13%

La exportación la uva de mesa peruana creció 13% en comparación con la campaña anterior. Debemos destacar el gran esfuerzo y compromiso de los agroexportadores para superar las expectativas poco alentadoras que existían.

10

EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA

Para Fabiola Neuenschawander, sub gerente Comercial de Agrícola Pampa Baja: Esta campaña ha sido de bastante incertidumbre y muchos retos.

14

SOSTENIBILIDAD EN EL AGRO

Andrés Mujica, presidente del Comité de Sostenibilidad de AGAP: La agroindustria peruana es sostenible, rentable y competitiva.

18

VISIÓN A FUTURO

Milton Goicochea de Agrolatina: El Perú produce todo tipo de frutas, tenemos la mejor geografía, la tierra bendita, el clima perfecto, el agua más saludable, sumado a la fuerza, la audacia, el ímpetu del peruano. Obviamente es la fórmula perfecta.

22

INNOVACIÓN Y CALIDAD

Entrevista a Manuel José Arriagada de Pura Gesex: La gente quiere lo mejor. La tendencia en el mundo es consumir comida sana y nutritiva, y esto se ha acrecentado durante la pandemia.

26

INGRESO DE UVA DE MESA PERUANA A JAPON

Fernando Albareda, Consejero Económico Comercial del Perú en Japón: Este año se dará el esperado primer embarque de prueba. Japón ya autorizó el ingreso de 26 variedades.

30

EL CHANCHITO BLANCO

Manuel Bravo Calderón: El cultivo uva de mesa peruana tiene un enemigo silencioso que puede ocasionar severos daños si no se toma un control oportuno.

34

COREA DEL SUR

Josué Carrasco, director general de Sanidad Vegetal del SENASA, consideró a Corea del Sur como un mercado importante y en crecimiento constante para la uva peruana.

EDITORIAL

UVA DE MESA PERUANA: UNA INDUSTRIA QUE CRECE RESPONSABLEMENTE

La agricultura sostenible está orientada a garantizar la seguridad alimentaria y, paralelamente, promover ecosistemas saludables, apoyar la gestión eficiente de los recursos naturales y el desarrollo socioeconómico en el país.

Tenemos una industria que demuestra una gran madurez, compromiso y responsabilidad con la sostenibilidad. Las empresas agroindustriales deben trabajar más en su ámbito de influencia y afianzar su buena relación con todos sus stakeholders, orientados al desarrollo y crecimiento en conjunto, en el que todos se beneficien de un sector que viene contribuyendo de manera muy importante al crecimiento de nuestra economía

El concepto de sostenibilidad está muy enraizado en los países europeos y en los Estados Unidos donde lo consideran como un requisito para poder ingresar a sus mercados. Se preocupan por la calidad del producto, que sean sanos y nutritivos, pero también de las condiciones ambientales, sociales, laborales, en las cuales fue producida la fruta.

La sostenibilidad en el agro en un factor clave para el crecimiento empresarial, en donde generar puestos de trabajo e ingresos al fisco no es suficiente, debemos impulsar más a que todas las empresas promuevan sus políticas de sostenibilidad, para ello es necesario de la unión y participación de todos los agroexportadores, solo así lograremos un ambiente propicio para el desarrollo de nuestro sector y del país.

En los últimos 20 años, el sector agroexportador peruano implementó una agricultura con un manejo altamente tecnificado, gestión eficiente e innovadora, que compite en un mercado internacional muy dinámico, en base a la calidad del producto y un buen trabajo en toda la cadena exportadora, desde el campo hasta el consumidor final.

Este es un nuevo reto que tiene ahora la industria de la uva de mesa peruana, junto con los problemas de precios altos de los insumos del mercado e, incluso, la escasez de los mismos. En tal sentido, debemos trabajar juntos con información oportuna, adecuada planificación y eficiencia que demuestre que somos una industria madura y responsable.

Presidente

Manuel Enrique Yzaga Dibos

Vicepresidente

Guillermo Alejandro León Arámbulo

Secretario

Arturo Hoffmann Harrison

Tesorero

Carlos Mauricio Arias Peña

Vocales:

Lionel Francisco Arce Orbegozo

Paul Barclay Rey De Castro

Andrés Juan Jochamowitz Stafford

José Antonio Castro Eche copar

Mariano Rodríguez Pérez

Gerente General

Alejandro Cabrera Cigarán

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

Mayo - 2022

Editor General

Victor Limas Garragati

Coordinador General

César Gerardo Gallegos



Campaña 2021-2022

EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA PERUANA CRECIÓ 13%

En la campaña 2021 - 2022 se exportó más de 64 millones de cajas de 8.2 kg de uva de mesa peruana superando las 57 millones exportadas en la campaña anterior, lo cual demuestra el crecimiento continuo de este demandado fruto. Detrás de esta cifra fría hay todo un trabajo profesional y responsable de los agroexportadores que supieron manejar las circunstancias adversas superando las expectativas poco alentadoras que existían.

Al iniciar la campaña ya se vislumbraba que iba a ser compleja, complicada y llena de incertidumbre, tanto por factores externos e internos. Un ejemplo fue que a fines del 2021 conseguir contenedores fue un gran problema debido a que no había disponibilidad de estos, también hubo problemas en lograr espacios en las naves. Los puertos en Asia y Europa estaban congestionados.

A esto habría que sumarle el incremento de los costos de los fletes de transporte marítimo (en algunos casos llegaron hasta el 100%) y los retrasos de las embarcaciones en el envío de la uva. Estos factores hicieron que

se elevaran los precios de venta, lo que ocasionó problemas de competitividad frente a otros orígenes.

A nivel interno veníamos de un stress social y político ante la posibilidad de paros laborales. Esta situación no ha cambiado y, más bien, se sumó otros de corte político e inestabilidad económica.

Para poder superar todos estos obstáculos ha sido muy importante el tener un oportuno y adecuado manejo de la información, así como la realización de un trabajo planificado y responsable de los exportadores que nos permitió llegar a más de 50 destinos.

RECAMBIO VARIETAL DETERMINANTE

Uno de los motivos que hicieron que las exportaciones de uva de mesa peruanas continuarán apareciendo en azul, fueron los buenos precios que esta vez acompañó a la campaña y que contrarrestó significativamente los altos costos logísticos, siendo los Estados Unidos el principal mercado de nuestras uvas, seguido de Países Bajos, China, México, UK, Canadá y Corea del Sur, en este último destino hubo un importante crecimiento en más del 98% respecto a la campaña anterior.

Pero el factor determinante fue el gran incremento en la exportación de nuevas variedades de uva patentadas, muy por encima de las tradicionales. El cambio varietal por el que apostaron los exportadores hace varios años, ha impactado positivamente en la nueva oferta variada que está presentando la industria de la uva de mesa peruana.

En la campaña 2021-2022 se ha exportado un total de 64,847,510 cajas de 8.2 kilos. Vale decir, 13% más que la campaña anterior que llegó a 57,358,510 cajas del mismo peso.

De este volumen exportable, el 42% fue de la variedad White Seedless, el 28% de Red Seedless, el 25% de la tradicional Red Globe, y más alejado un 3% de Black Seedless.

Actualmente, las variedades nuevas son las más demandadas en los mercados internacionales, especialmente las blancas sin semilla. Basta mirar las estadísticas para darse cuenta que las variedades patentadas han crecido de manera muy significativa.

Para el productor estas variedades son ideales porque tiene mayor producción por hectáreas. El promedio con las variedades tradicionales es de 1,500 a 2,000 cajas por hectáreas. Ahora, con las nuevas variedades se pueden tener de 2,500 o 3,500 cajas por hectárea. Estas nuevas variedades son muy rentables y los retornos son muy buenos ya que los mercados pagan mejor por nuevas variedades licenciadas.

El mercado internacional demanda más estas variedades no por el hecho de ser nuevas, sino porque son un producto diferente con nuevo calibre, terminación, nivel de azúcar, consistencia, y para eso hay que trabajar en el desarrollo de ese producto. Es por ello que las empresas invierten mucho en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías.



Nuevo gerente general de Provid, Alejandro Cabrera

ACCIONES Y DINAMISMO

En febrero pasado fue nombrado nuevo Gerente General de Provid y en estos primeros meses ha sostenido diversas reuniones importantes que permitirán que la industria de la uva de mesa continúe en permanente crecimiento. Alejandro Cabrera Cigarán, cuenta con más de ocho años de experiencia, siempre vinculado al rubro agrícola, y tiene planeado darle un mayor dinamismo y presencia a Provid.

Es licenciado en administración de empresas en la UPC, con especialidades en gestión agroindustrial por la UDEP y en agronegocios por la UPC, Actualmente cursa un MBA en el PAD UDEP.

Dentro de las primeras acciones realizadas, nos comentó que durante el mes de abril, participó en Fruit Logística en Berlín, y sostuvo encuentros con instituciones internacionales como ASOEX (Asociación de Exportadores de Frutas de Chile), la Asociación de Productores de Uva de Sudáfrica (SATI), la Alianza de Breeders (IFG, Sun World, SNFL y Grapa), IFPA (Asociación Internacional de Productos Frescos: PMA + United Fresh) y la Asociación de Exportadores de Frutas Frescas del Hemisferio Sur (SHAFFE), por mencionar a las principales. Precisamente, anunció que Provid ya es parte oficialmente de esta última organización internacional, desde Mayo del presente.

De otro lado, indicó que otras iniciativas realizadas en estos primeros meses, han sido la de concretar la primera compra conjunta de productos que actualmente se encuentran en escasez o con problemas de abastecimiento, en beneficio de los asociados. En esta primera compra, se han sumado 6 Asociados de Provid. Además, se realizó un primer encuentro entre Senasa y Asociados del Norte, buscando las mejores prácticas a replicar e implementar en la próxima campaña 2022-2023. También se han sostenido reuniones con funcionarios de VUCE de Mincetur, buscando las mejoras para esta plataforma, clave en el proceso de agroexportación.

Anunció también que se ha dado inicio al estudio del Primer Benchmark de la industria de la uva. En este caso, el primer análisis realizado ha sido el de los jornales de campo, estudio en el cual participaron 12 Asociados al Gremio. Asimismo, en estos primeros meses ya tenido algunas visitas presenciales y reuniones con asociados de Ica y Piura.

Finalmente, señaló que, a mediados de mayo, se realizó la presentación de los resultados preliminares de la campaña 2021-2022 de uva de mesa en la Conferencia Red Agrícola de Piura y que, actualmente, se está organizando un panel conversatorio con CEO's de Asociados, para la Conferencia Red Agrícola de Ica, en donde se comentarán los desafíos y oportunidades de la industria de la uva en esta región sureña.



CRECIMIENTO EN ÁREAS DE PRODUCCIÓN

Información oficial de SENASA señala que en la campaña 2020-2021 se certificaron 20,075 hectáreas y en la última se llegó a las 21,099 hectáreas. El crecimiento fue de más del 2%.

La región donde hay más áreas de cultivos es Ica con el 48% del total nacional. Le sigue Piura (36%), Lambayeque (7%), La Libertad (6%), Arequipa (2%), Áncash (1%), Lima (0.34%) y Moquegua (0.05%).

Poco a poco se están sumando pequeños agricultores a la industria de la uva de mesa peruana, por lo que es necesario integrarlo de manera asociativa para que gane eficiencia, competitividad y rentabilidad.

En este sentido, las grandes empresas tienen amplia experiencia y conocimiento que pueden aportar para capacitar a los pequeños agricultores. Se debería crear programas y actividades dirigidas a ellos para lograr tener campos más rentables y productivos y se sumen al boom de la exportación de uva de mesa peruana de manera responsable y sostenida.

Perú es considerado como el principal exportador de uva de mesa en el mundo. El crecimiento de nuestras exportaciones de uva se debe al esfuerzo que realizan las empresas peruanas, que invierten en mejorar la calidad del producto, su eficiencia y conocer mejor las preferencias de los consumidores.



RETOS Y DESAFÍOS

La producción y exportación de la uva de mesa se vuelve más compleja cada temporada, y los retos que tiene nuestra industria para la siguiente campaña no solo seguirá siendo los precios altos de los insumos y servicios de exportación, sino ahora se suma la escasez de ciertos productos como los fertilizantes. No es solo un tema de costos sino de falta de disponibilidad.

El gran reto del productor peruano es ser cada vez más eficientes y tener buenos canales de comercialización en el mundo, ser eficiente en todos los procesos de la cadena producción y exportación y siempre manteniendo la calidad de la uva.



GLOBAL Organics

AGROCELHONE®

LÍDER MUNDIAL
EN DESINFECCIÓN DE SUELOS

REPLANTE DE VIDES...

¿SEMBRAR EN SUELO CONTAMINADO POR NEMATODOS, HONGOS, BACTERIAS?

¿PONER EN RIESGO TU INVERSIÓN A LARGO PLAZO?

SIEMBRA EN SUELO LIMPIO Y NO CORRAS RIESGOS

Producción Segura. Medio Ambiente Seguro.

AGROCELHONE®

EL LIDER EN DESINFECCIÓN DE SUELOS

AGROCELHONE®

CERO RESÍDUOS

APLICACIONES DE **AGROCELHONE®**

INYECCIÓN VÍA SISTEMA DE RIEGO

Producción Segura. Medio Ambiente Seguro.

AGROCELHONE®

GLOBAL ORGANICS PERU S.A.C.

Ventas - Lima
Ing. Manuel Vega

+51 988 910 003
manuel@globalorganicspe.com

Ventas Zona Norte
Ing. Martín Garnique

+51 988 100 083
operaciones.norte@globalorganicspe.com

Jefe de Ventas Zona Sur
Ing. Javier Ronceros V.

+51 999 955 685
ventas.sur@globalorganicspe.com



Fabiola Neuenschawander, sub gerente Comercial de Agrícola Pampa Baja

EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA **ESTA CAMPAÑA HA SIDO DE BASTANTE INCERTIDUMBRE**

La actual campaña se vino con una perspectiva de ser un año complicado ya que veníamos de tener y seguimos teniendo un tema de un stress social, político, con posibilidades de paros laborales. Toda esta tensión, adicional al incremento de costos de los insumos y la situación de las navieras, no auguraban un buen año; sin embargo, los buenos precios de las uvas, sumado a la calidad, prestigio y el recambio varietal ha hecho que hasta el momento esté entre estable y buena.

Para Fabiola Neuenschawander, sub gerente Comercial de Agrícola Pampa Baja, “esta campaña ha sido una montaña rusa con tanta incertidumbre, no sabíamos a qué nos enfrentábamos y los retos que íbamos a tener, tanto sociales, políticos en el frente interno y hacia afuera retos como el de las navieras”.

Sin embargo, opinó que coordinar con los mercados finales, planificarlos de una mejor manera o el armar los programas enfocados a los diferentes mercados, como a los que se debe de afrontar, va a ser el reto que todos vamos a tener este año. Es un trabajo muy fino el que se tiene que hacer.

“Se visualizaba que como país teníamos que generar diferentes estrategias frente a un incremento de la oferta a los 60 millones de cajas; sin embargo, al avanzar la campaña nos vimos con buenos precios en los mercados principales, que para nosotros es el mercado norteamericano. Eso bajó un poco la tensión que se tenía sobre el incremento de costos que se estaba viendo en general en todo el Perú y en el exterior”, señaló.

CAMPAÑA ESTABLE Y BUENA

Comentó que, si bien se ha tenido una campaña relativamente estable y buena para los primeros meses, al final de la campaña se ha tenido bajas en los precios que han afectado las últimas exportaciones.

“Pero, en líneas generales, se trabajó una campaña estable, aun teniendo problemas navieros, disponibilidad de equipos, espacios, situaciones y restricciones de puerto. Aun así, hemos sabido sobrellevarlo con el tema de planificación y organizando poco a poco, teniendo a las asociaciones y manejando información oportuna”, enfatizó.

Agregó: “Como industria sí tenemos más retos ante esta coyuntura que estamos viviendo, pero sé que, al final de cuenta, somos una industria que ha crecido y ha sabido afrontar diferentes inconvenientes a lo largo de todos estos años. Todos estamos en un mismo barco y todos tenemos que ir hacia un mismo objetivo que es comercializar nuestra fruta al mejor mercado posible.

PLANIFICACIÓN Y EFICIENCIA

Fabiola Neuenschawander afirmó que para afrontar esta coyuntura es muy importante el trabajo planificado y también demostrar la eficiencia en el manejo del campo.

“Es muy importante saber y entender lo que está pasando como país, qué estamos produciendo, hacia donde estamos llegando. Yo creo que la clave de esto va a ser la planificación. Toda esta situación política, económica que estamos teniendo te genera un grado de stress muy fuerte. Lo que nosotros tenemos que buscar es ser eficientes dentro de nuestra industria para afrontar estos retos de afuera que se nos van a dar”, añadió.

“ SOMOS UNA INDUSTRIA QUE HA CRECIDO Y HA SABIDO AFRONTAR DIFERENTES INCONVENIENTES A LO LARGO DE TODOS ESTOS AÑOS ”



UNIDAD EN EL TRABAJO

En otro momento, afirmó que, para nosotros, es importante tener bien claro los objetivos y ser lo más unidos y ordenados posible para afrontar lo que se nos vendrá en los siguientes años.

“Estamos con un alto grado de incertidumbre. Consideramos que tenemos que actuar como país y como unidad, porque la unidad es lo que te va a generar que tú puedas solucionar o apaciguar diferentes problemas que se están presentando, y va a ser difícil llegar a un buen resultado final”, aseveró.

RETOS PARA AGROEXPORTADOR PERUANO

La sub gerente Comercial de Agrícola Pampa Baja lo tiene claro en lo que se tiene que priorizar y enfocar para enfrentar la actual situación.

En primer lugar, está el buscar la eficiencia en todas las labores, desde la post cosecha y poda hasta la comercialización. Anotó que tenemos que ser más eficientes en el trabajo y esto tiene que ver con varias actividades. Por ejemplo, el recambio varietal. En el mercado norteamericano, nuestro principal mercado, las variedades nuevas son ya las únicas requeridas prácticamente, pero no siempre se logra obtener un margen amplio de diferenciación en precio de retorno frente a las variedades tradicionales.

Pero las nuevas variedades tienen más productividad por hectárea. Esto te ayuda a incrementar el retorno por kilo. Si con las variedades antiguas producías entre 2,200 a 2,500 cajas, con las variedades nuevas produces por encima de 3,500 a 4,000 cajas, entonces tu retorno global llega a ser mejor en términos unitarios con estas nuevas variedades”, anotó.

Otro reto es mejor el tema de planificación. “Si no tenemos a una planificación de qué queremos lograr, cómo lo queremos lograr y hacia dónde debemos ir, al final del caso nos desviamos. En esta época cada centavo cuenta. Esto es un reto mucho mayor, tomando en cuenta la situación que tenemos actualmente: costos elevados de fertilizante y de materiales”, dijo.

MIRADA AL ASIA

En su opinión, el consumo no está creciendo a la par de la producción, por lo que se tiene que ver otras ventanas o mercados para enfocarnos como país.

Asia contiene el 59% de la población mundial, pero el consumo no está a la par de la oferta. Es por ello, que se debe diversificar y hacer un trabajo de mayor promoción, como país.

En tal sentido, dijo que se puede crecer en el mercado asiático. “El Asia tiene la mayor población; por lo tanto, también es un mercado que tenemos que mirar. Y estamos mejorando y creciendo. Las nuevas variedades son muy requeridas por el mercado asiático, nosotros vamos a continuar incrementando ese volumen que se viene haciendo, pero -yo siempre lo recalco- con planificación e innovación (empaques diferenciados). No podemos entrar todos de una sola a un mercado e inundarlo”, aseguró.



FETA
Expertos en control de moscas de la fruta

ATRAPOL LEVADURA DE TORULA Y BORAX



Empresa peruana con más de 20 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.

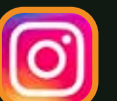
Nuestro efectivo método consiste en utilizar el conocimiento de los hábitos de la plaga y así eliminarla, minimizando el uso de pesticidas químicos; que generan contaminación, por ello, recomendamos el control etológico.

Somos expertos en el control de moscas de fruta

¡CUIDAMOS TUS EXPORTACIONES!

CONTÁCTENOS: 969593140

WWW.FETASERVICIOS.COM





ANDRÉS MUJICA, PRESIDENTE DEL COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD DE AGAP

AGROINDUSTRIA PERUANA: SOSTENIBLE, RENTABLE Y COMPETITIVA

La agricultura sostenible, según la FAO, debe garantizar la seguridad alimentaria mundial, promover ecosistemas saludables y apoyar la gestión sostenible de la tierra, el agua y los recursos naturales, así como la rentabilidad, la salud del medio ambiente y la equidad social y económica. Todo ello calza perfectamente con las características de la agroindustria peruana, a lo cual hay que sumar su alta tecnología, responsabilidad, competitividad y eficiencia en el uso de los recursos.

La Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP) tiene ahora un Comité de Sostenibilidad que está marcando la pauta en el sector agrícola formal del país. Su presidente, Andrés Mujica Núñez, comentó que el objetivo de desarrollar el área de sostenibilidad es que las empresas puedan ejecutar sus actividades estrechando las relaciones con los grupos de interés, focalizar estrategias, mejorar el desempeño y aportar al crecimiento y el desarrollo del país.

“La agroindustria ya ha aportado muchísimo al Perú, no solo con una imagen y prestigio enorme, sino también con

muchos puestos de trabajo y capacitaciones, pero ahora vivimos una situación que ya dar trabajo y generar ingresos por pago de impuestos no es suficiente. Pensamos que hay que estar un paso más allá, ser un grupo de empresarios, ser un ente que colabore directamente al crecimiento y el desarrollo del país, junto con nuestros hermanos agricultores”, expresó.

Anotó que ahora AGAP busca ayudar a los pequeños agricultores para que también se puedan beneficiar de todos los tratados de libre comercio y apuntar al mercado mundial, para que puedan crecer sostenidamente.

CINCO EJES

Explicó que dentro del ámbito de la sostenibilidad el trabajo lo han centrado en cinco ejes estratégicos para el desarrollo.

Primero: “Ver y apuntar lo que son obras por impuestos. Si nosotros no tenemos un Estado eficiente que hace obras, no vamos a poder salir adelante. Lo que nosotros queremos es impulsar o motivar a las empresas a que hagan obras por impuestos en vez de solo pagar sus impuestos al Estado. Si podemos aumentar la cantidad de obras por impuestos que hacen las empresas creo que podemos aportar muchísimo al desarrollo del país”.

Segundo: “Las relaciones comunitarias. No es sostenible tener una operación que tenga problemas comunitarios o sociales. Por eso es que pensamos que tiene que ser básico que las empresas agroindustriales empiecen a trabajar en su ámbito de influencia con las relaciones comunitarias y afianzar su buena relación con todos los stakeholders que los rodean, con el fin de tener un ambiente de paz, en el que todos empujen hacia un solo lado”.



Tercero: “El tema de la educación. Tenemos que ver cómo las empresas podemos aportar en este campo. Existen varios proyectos de empresas agroindustriales que están aportando a la educación, ya sea con escuelas técnicas o con la construcción de colegios, capacitaciones, asesorías, charlas. Nosotros podemos generar nuestro aporte en nuestra zona de influencia, a través de capacitaciones. Hay proyectos muy interesantes de obra por impuestos en lo que es infraestructura académica”.

Cuarto: “Es agricultura para el desarrollo. Queremos fomentar o ampliar la base de lo que son los agricultores que se benefician de los tratados de libre comercio. La idea es incentivar la creación de programas y actividades dirigidas a potenciar a la pequeña y mediana agricultura. Como empresas agroindustriales tenemos muchísimos conocimientos en tecnologías, en fertilización, manejo de cultivos. Podemos ayudar a los para que puedan hacer que sus parcelas sean más rentables y más productivas”.

Quinto: “Es la sostenibilidad ambiental. Nos referimos a involucrar a las empresas agremiadas a que participen en la sostenibilidad ambiental incentivando a las empresas a compartir un registro de empresas especializadas en lo que es recojo de materiales reciclables. También queremos promover campañas de reforestación”.



TRIPARTITA SOCIAL

Sobre este último eje, explicó que la idea es hacer un convenio, ya sea con los gobiernos regionales o locales, en la cual las empresas agroindustriales que tienen viveros aporten plantas autóctonas para la reforestación en defensas ribereñas, en la parte alta de la sierra para lo que es siembra de agua.

“Entonces estás aportando y trabajando en lo que llamamos la tripartita social, que es: empresa, Estado y población. La empresa puede aportar una planta de buena calidad, la cual garantice su crecimiento, el Estado tiene que hacer su parte con la coordinación y la ejecución del proyecto, y la población lo que aporta es su participación”, agregó.



TRABAJO UNIDO Y COORDINADO

Andrés Mujica, quien también es gerente general de Agrícola Santa Azul, dijo que para que el modelo de sostenibilidad de AGAP sea exitoso se requiere de la participación de todos los agremiados. “Ahora más que nunca es muy importante que todos los agremiados y todos los empresarios estemos muy unidos y muy coordinados en las cosas que hagamos para evitar malas intenciones que existen en dañar la imagen del empresariado y la agroindustria”, sostuvo.

“La agricultura en el Perú ha traído muchísimos beneficios y tiene mucho más por traer, pero lamentablemente hay gente que tiene un interés perverso de querer dañar la imagen del empresariado, de las empresas, cuando son ellas las que sostienen un país y lo que saca un país adelante”, agregó.

“LA IDEA ES HACER UN CONVENIO, YA SEA CON LOS GOBIERNOS REGIONALES O LOCALES”



USO EFICIENTE DE AGUA Y RENTABILIDAD

En otro momento indicó que la industria peruana se caracteriza y es reconocida a nivel mundial por el uso eficiente del agua. “Toda la agroindustria trabaja con un sistema de riego de altísima tecnología. No solo son eficientes en el uso de agua sino también en la fertilización, porque se fertiliza por el sistema de riego por goteo. También usan la computación para contabilizar la cantidad de fertilizante que se está inyectando en el sistema de riego”, dijo.

Comentó: “Yo creo que el Perú ya ha demostrado que en temas agrícolas es muy rentable y muy competitivo porque tenemos unas ventajas naturales enormes y un capital humano muy comprometido y muy capacitado. El crecimiento de la agricultura en el Perú ha sido muy exitoso, pero también muy duro, de mucha lucha, pero hemos salido victoriosos. La perseverancia, tecnología y conocimiento han sido vitales para superar los problemas y ser exitosos”.

“TODA LA AGROINDUSTRIA TRABAJA CON UN SISTEMA DE RIEGO DE ALTÍSIMA TECNOLOGÍA”

BASF
We create chemistry

agriculture.basf.com/pe

f y o i



ingeniero Milton Goicochea, gerente de planta de Corporación Agrolatina

VISIÓN A FUTURO

LA AGROINDUSTRIA PERUANA ESTÁ MUY BIEN MANEJADA



El Perú produce todo tipo de frutas, tenemos la mejor geografía, la tierra bendita, el clima perfecto, el agua más saludable, sumado a la fuerza, la audacia, el ímpetu del peruano. Obviamente es la fórmula perfecta.

A sí se expresa el ingeniero Milton Goicochea, gerente de planta de Corporación Agrolatina, cuando se le pregunta si a la sostenibilidad agraria hay que mirarla con una visión de corto plazo.

“La agricultura en el Perú, más aún enfocado en la región de Ica, es una de la mejor manejada a nivel mundial. No tenemos nada que envidiar a ningún otro país, así sea el más próspero. En la región de Ica, que es donde

se ubica Corporación Agrolatina SAC, se tiene una tecnología de riego muy avanzada que se asemeja a la de Israel”, comentó.

Anotó que el crecimiento de la agricultura en el Perú en los últimos 20 años ha sido enorme, pero en ese mismo nivel ha crecido también la población mundial y, más aún, las exigencias y la demanda que tiene la fruta peruana a nivel mundial, es enorme.

De otro lado, dijo que el modelo de sostenibilidad que se aplica en el Perú los hace más responsable en el manejo eficiente de todos los recursos.

“Eso es correcto. Es por eso que el Perú todavía tiene mucho potencial en el desarrollo de proyectos agroindustriales. En nuestra región la debilidad a mediano plazo es el agua, la energía eléctrica y la mano de obra directa. La agroindustria por naturaleza necesita de mucha mano de obra directa”, indicó.



SOSTENIBILIDAD: MAYOR PESO EN EXTERIOR

Refiriéndose a la sostenibilidad dijo que la idea es llegar a un equilibrio para el crecimiento empresarial, manteniendo el cuidado del medio ambiente, del bienestar social con rentabilidad

Aseveró que el tema de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social tiene mucho peso en el exterior. “A veces no es muy valorado en Latinoamérica, pero si en Europa, en Estados Unidos, Canadá. Son mercado que, si no cumples con exigencias determinadas, simplemente no calificas como proveedor”, agregó



PROYECTO AGROINDUSTRIAL EN NAZCA

En otro momento de la conversación, el ingeniero Goicochea nos contó que en la actualidad la Corporación Agrolatina tiene un proyecto en palta, granada y uva con más de 1,500 hectáreas en la provincia de Nazca, en Ica y que se están consolidando como uno de los más grandes productores de frutales en el país

PRIMER CONTENEDOR DE UVA EN CHINA

Haciendo un poco de memoria y notoriamente orgulloso, Goicochea recordó que fueron los dueños del primer contenedor de uva que fue abierto en el mercado asiático con el tratado de libre comercio con China, con nuestra marca “Sweet Panda”

“Puedo asegurar que nuestra marca de fruta es la primera en el mercado asiático, somos el primero. Agrolatina se ha caracterizado por la calidad del trabajo y la calidad del fruto que tenemos. El mensaje es: alimentamos con calidad al mundo.





ECOSISEMA DE POLINIZADORES

Dentro de los proyectos que vienen desarrollando está el denominado “Ecosistema de polinizadores”. Aseguró que son promotores muy finos en temas de todo lo que son polinizadores.

“El fundo que tenemos en Nasca con palta está rodeado de una zona arqueológica, de una reserva natural; tenemos un bosque de huarangos que está bajo nuestra custodia y muy bien conservado. Tanto así que tenemos certificaciones sobre sostenibilidad ambiental y sostenibilidad social. Las ventajas es que nos ayuda a una cultura de mantención de todas las reservas que existiese dentro de nuestro entorno”.



SOLUCIONES ORGÁNICAS

En el tema de los polinizadores dijo que a veces, a falta de las abejas, también tienen terceros que son proveedores para poder mantenerlos en el campo.

“En la actualidad ya hay soluciones orgánicas para todo. Dentro de los productos químicos que se aplicaban, muchos ya fueron sustituidos y por eso la agroindustria peruana está muy bien manejada. Competimos frente al mundo. Tenemos mercados abiertos para Corea, Indonesia, Taiwán, Tailandia, Europa, Alemania, Estados Unidos, Canadá que son muy estrictos con temas residuales, pero igual somos ya competencia de todos”, enfatizó.

RECAMBIO VARIETAL

Sobre el recambio varietal que está marcando la pauta en el mundo, dijo que los laboratorios, mejoradores genéticos, etc. están pendientes a los cambios y que ahora pocos tienen la uva de mesa convencional, ya todos se han dirigido a una marca específica, de una innovación genética, que ha tenido muy buena acogida.

“El mejoramiento genético de la planta se ha convertido en una necesidad, entre otras cosas, para que no tengamos problemas con las plagas y, al mismo tiempo, ayudar al medioambiente”, indicó.

“ EL MEJORAMIENTO GENÉTICO DE LA PLANTA SE HA CONVERTIDO EN UNA NECESIDAD ”

RESPONSABILIDAD DEL EMPRESARIADO

Goicochea aseveró que Corporación Agrolatina SAC, con 18 años en el negocio, es una de las compañías más responsables en el Perú y esta se traduce en:

1. **Responsabilidad social** con todos nuestros colaboradores y los terceros que van indirectamente con ellos.
2. **El tema de seguridad y salud en el trabajo.** Tenemos un departamento de seguridad bien implementado.
3. **El tema de calidad e inocuidad del producto,** La calidad puede que se negocie, pero la inocuidad no es negociable porque va en contra de la salud de nuestros consumidores.

TEMOOCID

Cola entomológica para evaluación y control de plagas agrícolas



Líquido



Listo para usar



No es tóxico



Resistente a la intemperie



Apto para agricultura ecológica



Libre de pesticidas



- TEMO-O-CID sirve para preparar trampas cromáticas, para monitoreo, y captura de insectos voladores, como mosca blanca, pulgones y thrips.
- Puede untarse en los troncos para impedir que suban los insectos rastreros como las hormigas.

Producto	Consistencia	Presentación	Rendimiento	Unid. Venta
TEMO-O-CID	Líquido viscoso	Tarro de 750 ml	20 m ²	24 tarros/caja
		Tarro de 10L	270 m ²	1 Tarro

INNOVACIÓN Y CALIDAD

CONSUMO DE UVA: LA GENTE QUIERE LO MEJOR



La tendencia en el mundo es consumir comida sana y nutritiva, y esto se ha acrecentado durante la pandemia. La uva de mesa no escapa de ello y por eso es muy importante el cuidado en la calidad y el recambio varietal, no solo para satisfacer la demanda sino también para poder competir con otros orígenes. Ahora hay que ser lo más eficiente e innovador posible porque la gente quiere lo mejor.

Manuel José Arriagada, director de Pura Fruit y Pura Gesex



Manuel José Arriagada, director de Pura Fruit y Pura Gesex, dijo que para ellos la prioridad es la calidad “y creo que refleja un poco de lo que es la uva de mesa en Perú”, es entender lo que los consumidores están requiriendo y eso ha cambiado en los últimos años y va a seguir cambiando.

RECAMBIO VARIETAL

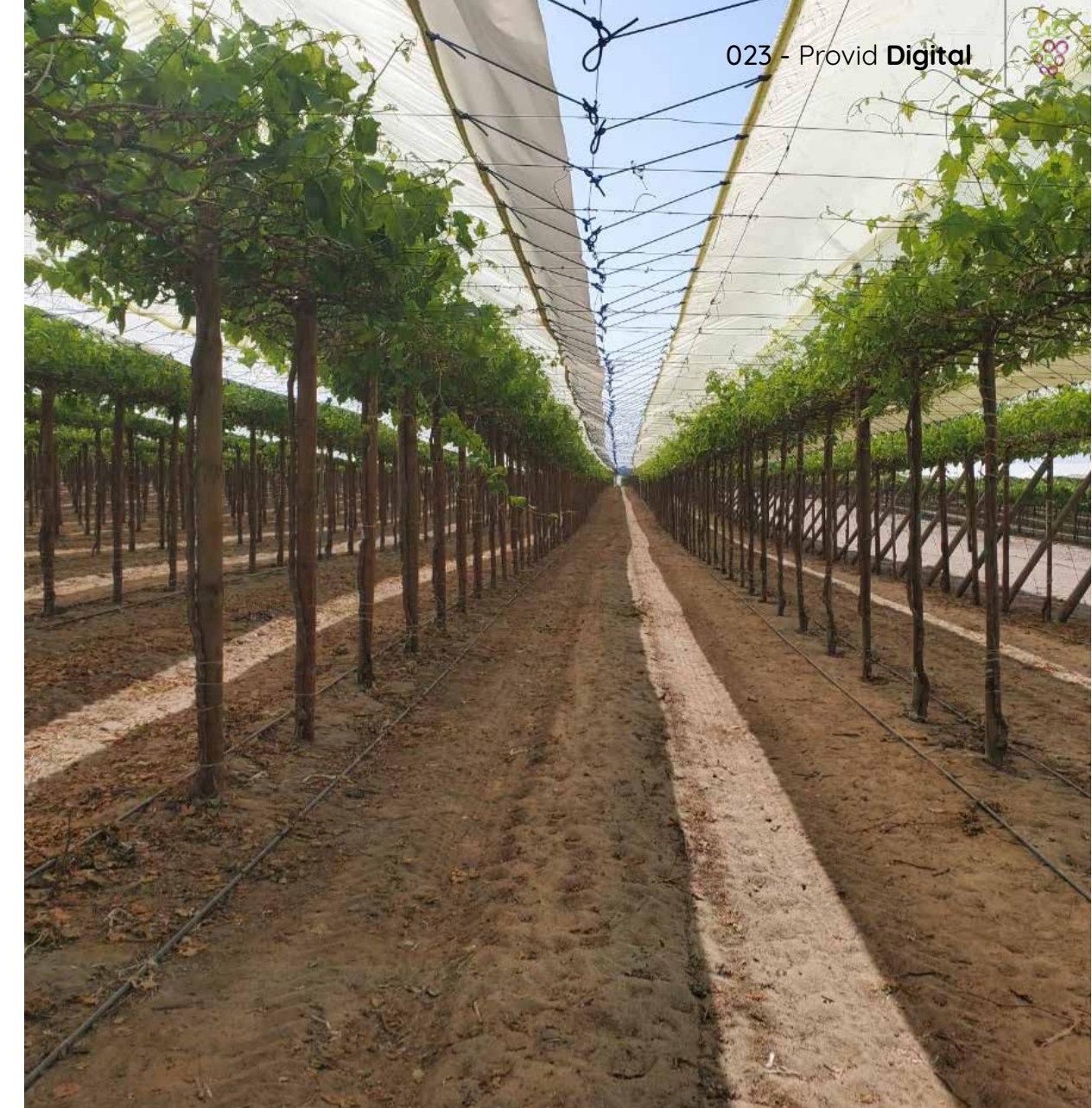
“El recambio varietal es una herramienta muy necesaria que Perú ha sabido utilizar bastante bien. Revisando las estadísticas y los porcentajes de variedades patentadas, se aprecia un incremento significativo. Y eso es bueno porque las variedades patentadas, de alguna manera, resuelven dos dificultades al productor, y también crean nuevos desafíos”, señaló.

La primera dificultad que resuelven, dijo, es “que producir” el resultado es un producto que acopla muy bien las preferencias del consumidor, las necesidades del importador y las expectativas del agricultor. Es el producto que todos necesitamos.

La segunda dificultad es la producción, el productor necesita variedades altamente productivas, de primera calidad, de comportamientos fenológicos predecibles y fáciles de manejar. Esto ha permitido pasar de una producción tradicional de 1.500 cajas por hectárea a una producción en variedades patentadas de 3.500 cajas por hectárea, (grandes promedios). Además, con la posibilidad cierta de poder simplificar manejos y aplicaciones que apuntan a optimizar los costos.

“También aparecen nuevos desafíos, porque estas nuevas variedades el mercado no las quiere solo porque son novedosas, sino por ser una variedad distinta: tiene un calibre distinto, una terminación distinta, un nivel de azúcar distinto, una consistencia distinta, es un producto distinto, y para lograr esto hay que trabajar en el desarrollo de estas variedades”, comentó.

Señaló que Perú se ha reconvertido proporcionalmente más rápido que Chile, pero el proceso de adaptación de la variedad tradicional a las nuevas variedades patentadas requiere de tiempo, se necesita ajustar la “sintonía fina de los manejos de producción”. En esta línea, mi opinión es que Perú ha tenido ventajas comerciales sobre Chile, ha podido producir en semanas donde había (en el pasado) ventanas comerciales con mejores precios, esto permite ganar tiempo en el proceso de adaptación de las variedades.



Todo este desarrollo y cambio varietal ha permitido situar a Perú como uno de los grandes exportadores de uva de mesa durante varios meses en el año. Junto al aumento de la oferta de fruta y el incremento de los costos de producción, logísticos y de exportación, se está haciendo el negocio de la uva de mesa bastante más estrecho de lo presupuestado, lo que nos obliga como productores a buscar eficiencias en la producción.



PROVEEDORES DE CALIDAD

Indicó que la prioridad para el productor es lograr una uva de mesa de alta calidad, acorde a las exigencias del mercado. “Yo creo que los productores empiezan a ser evaluados por sus clientes, porqué tan consistente con su producto año tras año y eso, de alguna manera, obliga a que el trabajo a nivel de campo sea estandarizado y que las pautas de trabajo sean más o menos los mismos años tras año”, expresó.

RENTABILIDAD

Comentó que para mejorar la rentabilidad hay que tomar en cuenta varias cosas y entender muy bien cuál es la parte del negocio al que uno está apuntando y muchas veces invertir en más tecnología. En su opinión, hay que separar muy bien los costos que son innecesarios y que se puede evitar, y cuáles son inversiones en tecnología que van a ayudar a tener un resultado mejor.

Afirmó que, en términos de costos, uno puede hacer un buen análisis de dos cuentas en particular. Una es la

referida a la línea de productos químicos y fertilizantes, y la otra tiene que ver con todo lo que es la mano de obra. “Creo que hay que ir separando cuál es la actividad que realmente uno está haciendo y reporta un beneficio real, qué labor hago y cómo se traduce en término de producción y calidad”, anotó.

También hay que entender que una de las razones por las que uno cambia de una planta tradicional a una planta patentada, es porque para el productor son más fáciles de administrar (homogéneas), son más fértiles, son racimos que se ralean naturalmente más fáciles y, por lo tanto, dan la oportunidad de reducir la cantidad de mano de obra que uno está usando por hectárea. Esto es la base para poder introducir un buen sistema de destajo que mejore las condiciones económicas del trabajador y reduzca el costo unitario. Todos ganamos.

SOSTENIBILIDAD, EXIGENCIA DEL MERCADO

También señaló que el mundo ha cambiado y que, así como los consumidores quieren productos distintos, el mundo entero quiere empresas que sean más sustentables, que se preocupen por producir con menos agua, menos productos químicos.

“Todos los empresarios entendemos la preocupación real por el medio ambiente, y lo importante que resulta hacer gestión para producir con menores huellas de carbono y de agua”. “El mercado estará y está atento a preferir aquellas empresas que apuntan en esta línea como filosofía de trabajo”

INVERSION EN TECNOLOGÍA

Manuel José Arriagada también aseguró que la inversión en tecnología y evaluación de las tecnologías es clave para poder tener una fruta que tenga consistencia en el tiempo.

“El año pasado la industria peruana de uva de mesa creció en 11% y creo que, viendo las cifras de plantaciones y recambio de variedades, a mí me parece que va a seguir creciendo a dos dígitos durante algún tiempo y creo que es posible que llegue a niveles de 80, 90 o 100 millones de cajas, no me parecería extraño. Particularmente en el norte del Perú hay disponibilidad de tierras, de agua y de personas que quieren trabajar en la producción de uva de mesa”, expresó.

INFRAESTRUCTURA

Opinó que la preocupación apunta a qué se está haciendo para administrar este aumento de producción y no es solo un tema que maneja el productor. “El mundo entero está sopor-tando un problema logístico producto del COVID y otras regulaciones. Pero nos preguntamos ¿Tenemos la capacidad de carreteras para transportar la fruta, la capacidad portuaria para poder cargar y descargar contenedores, tenemos disponibilidad de camiones, de frigoríficos?”, se preguntó.

“Tengo la impresión que el crecimiento que estamos teniendo a nivel de productores no esté tan acoplado con la infraestructura que se requiere para poder exportar correcta y oportunamente esa fruta. Creo que es algo que habría que poner especial atención y que no depende solo del productor”, sostuvo.

300L-DX COSECHA

310 DX COSECHA

VS-9XZ PODA

320DX-RALEO

VA-8Z PODA ANVIL

LPB-30L PODA

UV 32 SUPER CORTE

AZUFRADORA RODEO 300 LT

TRITURADORA BH140 BECCHIO MANDRILE

TERMÓGRAFOS DIGITAL USRID-16

OPTIMA NEBULIZADORA DE 2000 LTS. VMA

FRUTERO BAJO - FB 90 CARRARO

Tel.: 326-5888
 ☎ 994 113 257 / 998 428 175
 ventas@fulltecperu.com
www.fulltecperu.com



Fernando Albareda del Castillo, Consejero Económico Comercial del Perú en el Japón

EMBARQUE DE PRUEBA

ESTE AÑO INGRESARÁ UVA PERUANA A JAPÓN



Hace años que la uva de mesa peruana trata de ingresar al mercado japonés, pero las marchas y contramarchas de las negociaciones lo impidieron. Sin embargo, en octubre del 2021 las conversaciones tomaron un buen rumbo y todo indica que este año se dará el esperado primer embarque de prueba. De 30 variedades propuestas, Japón ya autorizó el ingreso de 26.

A sí lo estimó Fernando Albareda del Castillo, Consejero Económico Comercial del Perú en el Japón, confirmando que la última parte de las negociaciones por parte de SENASA se planteó en octubre del año ante el Ministerio de Agricultura, Pesca y Piscicultura del Japón (MAFF). “Seguimos haciendo el seguimiento de los requerimientos para que de una vez se pueda cumplir con todo y de esa manera tener la autorización de ingreso”, expresó.

Afirmó que, tanto la oficina comercial junto con la embajada, están trabajando fuertemente tratando de acelerar el proceso y cumplir con todos los requerimientos y solicitudes de parte del MAFF. Están haciendo el seguimiento para que esto se pueda cumplir y esta próxima temporada de exportación de uva pueda ya ingresar al Japón.

“Se espera, como ha sucedido con la palta, la mandarina y otros productos frescos que ya ingresaron a este mer-

cado, que en el primer año se hagan algunas pruebas; es decir, algunos embarques de prueba no muy significativos para ver la calidad, testear un poco cómo es el procedimiento de ingreso de la uva”, comentó.

Indicó que la uva de mesa peruana tendrá el mismo procedimiento y requerimiento que la mandarina; o sea, va a tener que ser refrigerada y esa información de los días que ha estado en navegación, los 30 o más días, tienen que ser proporcionados para que



no haya ningún tipo de pérdida en cuanto a la cadena de frío. Más los certificados y una serie de requerimientos que tienen que cumplir para que pueda ingresar la uva debidamente a este mercado.

“El primer año es una prueba por parte de los importadores y exportadores para ver cómo funciona y los procedimientos que se tienen que seguir para la exportación, y en el segundo año ya se ha visto un incremento sustancial de las exportaciones de los productos agrícolas a este mercado. Estamos convencidos que ese va a ser más o menos el resultado que se va a plantear o el procedimiento que se va a plantear para las uvas peruanas también”, aseguró.



Gráfico 1. Importaciones japonesas de uvas de mesa por país (Miles de US\$ y Tm) – 2020.

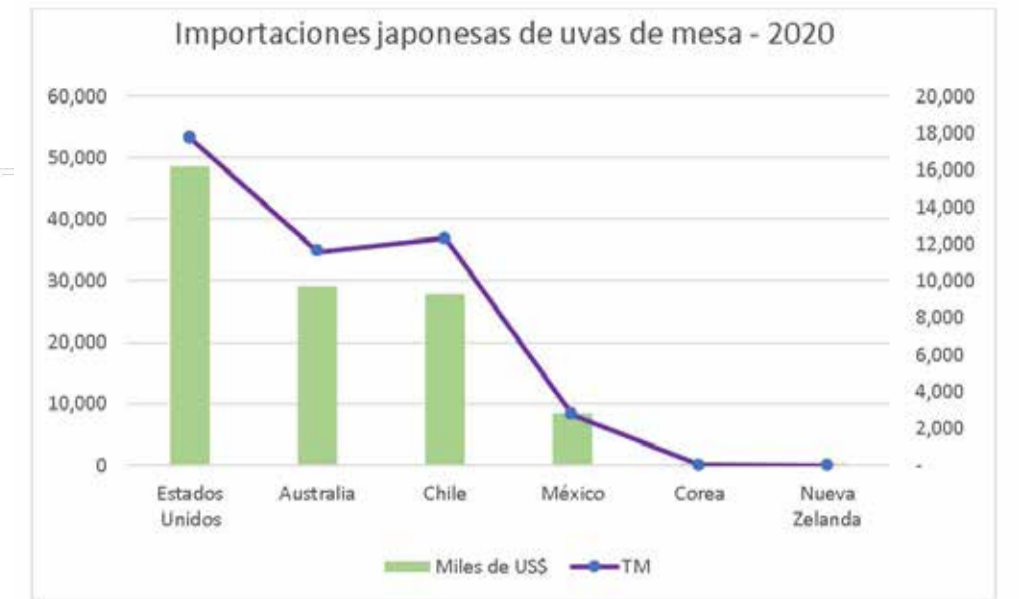
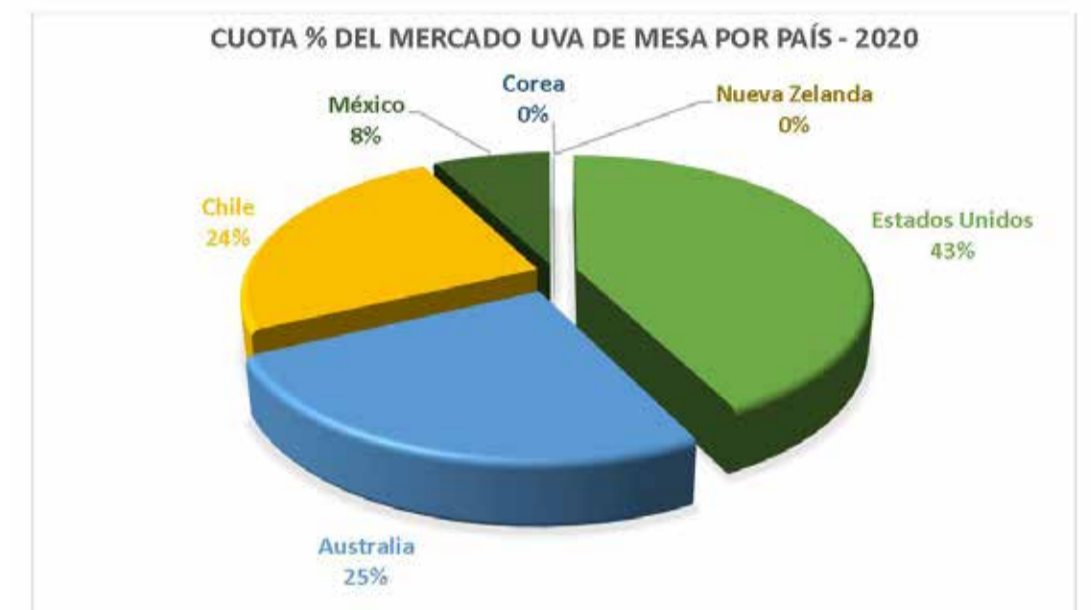


Gráfico 2. Participación porcentual en el mercado japonés de uvas de mesa – 2020.



AUTORIZACIÓN

“El análisis de riesgo, hasta donde hemos hecho el seguimiento, está casi completado, ya estaría listo. Solo faltan algunos detalles, precisiones respecto a la posibilidad que agentes vayan a Perú a verificar un poco la información, pero lo que es el tratamiento técnico, el análisis correspondiente de todo lo que SENASA ha proporcionado al MAFF, ha sido considerado. Incluso, de las 30 variedades de uva que SENASA presentó para consideración al MAFF, 26 ya fueron autorizadas”, anotó.

Desde Japón, a través de una entrevista virtual, Albareda del Castillo dijo que, definitivamente, ya tenemos cierto tipo de luz en cuanto a las variedades, a la cantidad de las mismas que, de acuerdo a las especificaciones y regulaciones de Japón, estarían siendo aprobadas para que puedan ingresar a este mercado.

“Luego de eso viene todo lo que sería la consulta, tanto a los miembros del sector productivo como del sector mercadeo y público, y hay un período de alrededor de 90 días para que se pueda hacer la consulta popular y tener los resultados. Posteriormente a eso viene ya la publicación de la norma en el diario oficial que permitiría el ingreso de la uva peruana a este mercado”, expresó con bastante optimismo.



DEMANDA JAPONESA

Comentó que Japón es un mercado bastante interesante y que, en los últimos años, las importaciones de uva tanto de Estados Unidos, Chile, Australia, principalmente, han ido creciendo porque hay más demanda. Estados Unidos tiene aproximadamente el 35% del total de importaciones al Japón, le sigue Chile con un 30% y luego Australia con un 29%

“Las principales variedades son aquellas sin pepa, principalmente verdes, también rojas, aunque ahora está entrando un poco las negras. Hay competencia, especialmente Chile y Austria que tienen un precio más competitivo que la de Estados Unidos”, indicó.

En cuanto a la uva de mesa peruana aseveró que, definitivamente, hay un buen potencial porque hay varios importadores ya los han contactado en la oficina comercial viendo la posibilidad de importar nuestra uva, preguntando sobre el tratamiento que está desarrollando el MAFF en relación al protocolo de ingreso.

EXIGENTES EN CALIDAD

Con más de 25 años en el campo del comercio exterior, Albareda del Castillo dijo que la uva peruana tiene una buena imagen como producto de calidad, y eso lo que se ha estado trabajando en las diferentes campañas de promoción que se han estado desarrollando conjuntamente con los importadores en este mercado.

“Este mercado es muy exigente en términos de lo que es calidad de los productos que están consumiendo, las regulaciones también así lo especifican. Pero el consumidor también es muy exquisito en ese sentido, les gusta productos que tengan muy buena calidad.

“ESTE MERCADO ES MUY EXIGENTE EN TÉRMINOS DE LO QUE ES CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE ESTÁN CONSUMIENDO, LAS REGULACIONES TAMBIÉN ASÍ LO ESPECIFICAN”

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Comentó que en el mercado de uva de mesa se va a competir con Estados Unidos y, sobre todo, con Chile y con Australia, por lo que consideró que sería conveniente que se efectúe una campaña para posicionarnos y que la gente nos conozca dentro del mercado japonés.

“Siempre hemos hecho campaña de promoción para el ingreso de los productos, como la palta, la mandarina, y, como lo digo, lo trabajamos con los principales importadores”, dijo.

CUMPLIMIENTO DE REGULACIONES JAPONESAS

Refiriéndose a los productores y exportadores peruanos, dijo que es muy importante que se sigan todas las especificaciones de las regulaciones japonesas. “Hay algunas regulaciones muy exigentes con relación a cómo debe ser exportado el producto, cómo debe trabajarse la parte logística, en la cadena de frío. Yo creo que eso es algo que debemos conocer y trabajar debidamente para evitar que haya problemas al ingreso del producto al mercado”, agregó.

Dijo que es importante que antes de embarcar tomen contacto con las navieras. “Nosotros damos capacitación a las navieras sobre las regulaciones, informamos a los exportadores lo que tienen que tener en cuenta para que no haya problemas con la calidad del producto al llegar y no tenga ningún tipo de rechazo. Deben conocer bien cuáles son las regulaciones y especificaciones en término del tratamiento de frío, y en base a eso seguir adelante para una buena exportación de producto”, enfatizó.

Somos tu mejor alternativa en empaques flexibles y cartón corrugado

SOLICITAR INFORMACIÓN

Av. Evitamiento 3636 - El Agustino, Lima - Perú
 Central Telefónica: (51) 01 385-2042 / 385-2043
 Ventas Trupal: 995-954-246
 Servicio Postventa: 958 453-463
 Servicio al Cliente: (51) 01 385-1303
 serviciocliente@trupal.com.pe / www.trupal.com.pe

PROFESIONALES DEL EMPAQUE



Ing. Manuel Bravo Calderón, profesor principal de la Universidad Pedro Ruiz Gallo

CHANCHITOS EN UVA DE MESA

La industria de la uva de mesa está pasando uno de sus mejores momentos logrando grandes volúmenes exportables; sin embargo, tiene un enemigo silencioso que puede ocasionar severos daños si es que no se toman las medidas del caso en forma oportuna y eficaz. Nos referimos a los pseudococcidae o simplemente “chanchito blanco”.



El ingeniero Manuel Bravo Calderón, profesor principal de la Universidad Pedro Ruiz Gallo, anotó que, si no se hace un control oportuno y adecuado, el cultivo y la rentabilidad del negocio puede verse seriamente afectado.

Anotó que este grupo de insectos debe ser trabajado en forma constante, con prioridad. Después de una cosecha

verificar cómo está la incidencia, cómo quedan las poblaciones, trabajarlo en forma constante en todas las formas de control, tanto cultural, control químico, control biológico, para que cuando empecemos la siguiente poda, que es la poda de producción, tengamos al mínimo la incidencia de esta plaga.

“Si nosotros no hacemos ese trabajo, cuando ya empezamos la etapa de producción tenemos que tener bien

claro qué producto vamos a usar antes y después de la floración, porque si erramos, vamos a tener muchos problemas con los MLR y si tenemos chanchito a nivel de racimo ya viene la parte complicada. Aparte que ya no se pueden utilizar químicos, los extractos son más difíciles porque muchos de ellos contienen aceite y pueden manchar la fruta. Pueden ser muy buenos, pero si manchan la fruta son desechados”, comentó.

DOS ESPECIES

Indicó que, de acuerdo con las observaciones realizadas en la zona norte del Perú, una de las plagas de mayor importancia presente en la uva de mesa son los *Pseudococcidae*, denominados comúnmente como “chanchitos blancos”. A la fecha, se han identificado dos especies: *Planococcus citri* y *P. ficus*, registradas también en otras zonas del Perú, las que pueden estar atacando muchas otras especies vegetales, entre ellos los cítricos y arándanos. *P. ficus* es la especie de mayor incidencia.

“Es importante identificar y monitorear constantemente las poblaciones de “chanchitos” en las diferentes estructuras de la planta según su fenología, dado a su comportamiento de esconderse debajo del ritidomo, razón por la cual se debe establecer un sistema de evaluación semanal y un sistema de mapeo, que permita cuantificar la infestación al término de una campaña de producción para implementar las medidas adecuadas, buscando bajar las poblaciones al mínimo durante la poda de renovación y empezar sin o con una mínima incidencia la siguiente campaña de producción”, explicó.

Las hembras adultas se caracterizan por tener un cuerpo blando ovalado, cubierto con polvo ceroso blanco, presenta dimorfismo sexual. Además de otros caracteres taxonómicos, la hembra tiene 18 pares de cortos filamentos laterales o cerarios similares, con los caudales ligeramente de mayor tamaño. *Planococcus citri*, se caracteriza por su cuerpo color rosado grisáceo y por tener en el dorso una banda longitudinal muy notoria; a *P. ficus* se le reconoce por la abundante mielecilla que excreta. Se requiere micropreparados de laboratorio para una correcta identificación.



CICLO BIOLÓGICO

“Por las condiciones climáticas de la zona de Olmos, el ciclo biológico se cumple en aproximadamente 30 a 35 días. Ambas especies forman ovisacos donde pueden cobijar hasta 250 huevos. En alta infestación se observa traslape de generaciones, observando agrupamiento de hembras jóvenes, oviplenas, y diferentes estadios ninfales. La ruta de generación tras generación es desplazarse del tallo hacia los brazos, luego ubicarse en los cargadores, la parte foliar y al final terminar infestando los racimos”, detalló.

Anotó que todo este trayecto lo puede hacer en 8 a 10 generaciones por campaña, y en menor tiempo si quedan poblaciones en el tercio superior. Los machos son de vida corta, diminutos, con alas y antenas, pero con las piezas bucales atrofiadas, solo buscan aparearse en los casi tres días de vida. El estadio ninfal I, llamado también crawler o migrante, puede desplazarse por diferentes medios de dispersión: viento, forsis, maquinaria y personal de trabajo; por tener el cuerpo sin cubierta de polvo ceroso, es la fase más susceptible al efecto de los insecticidas.



ESTRATEGIAS DE MANEJO

Bravo Calderón, ingeniero agrónomo de profesión, recomendó hacer un seguimiento de las infestaciones en las diferentes estructuras de la planta, según la secuencia fenológica del cultivo, con el objetivo de que cuando se tenga la mínima infestación se pueda actuar inmediatamente.

“Considerando estos antecedentes biológicos, se remarca realizar monitoreos durante todo el año, siguiendo la fenología de la vid y la distribución de la plaga. Cuantificar la incidencia en cada uno de los tercios, destolando parte del ritidomo en la zonas inferior y media del tallo, en los cargadores y tratando de buscar en aquellos racimos que están pegados a la madera y alambres, por la facilidad del pase de los estadios ninfales hacia la fruta”, relató.

Esta plaga tiene una distribución agregada, por ello se requiere bastante criterio para hacer evaluaciones en los contornos o en los lotes con antecedentes de infestación. Se recomienda en ciertos casos la subdivisión de los lotes para hacer mejores muestreos. Para facilitar el trabajo de monitoreo se puede utilizar un Software, que permite tener detalles en la escala de infestación, cuyos valores se expresan en una ‘semaforización’ de los lotes, como alerta para implementar medidas en cada rango.

PROTEGER A ENEMIGOS NATURALES

El experto expuso que, para el manejo del chanchito blanco, la tendencia es ‘proteger sus enemigos naturales’, efectuando aplicaciones oportunas en base al monitoreo y evitando la presencia de las hormigas, ya que pueden interferir la acción de los biocontroladores y también servir para el traslado de ninfas iniciales de la plaga.

Como enemigos naturales del chanchito blanco resaltan el *coccinélido Cryptolaemus montrouzieri*, seguido de las ‘crisopas’ *Chrysoperla* y *Ceraeochrysa*, y el *parasitoide Anagyrus pseudococci*. Sobre *Cryptolaemus*, es un escarabajo con buena acción depredadora durante casi todo el año bajando en los meses de verano. Las liberaciones de estos biocontroladores se pueden realizar en forma inundativa, inoculativa y focalizado según el programa establecido y con mayor frecuencia en la etapa que ya no se aplican insecticidas de síntesis.

Anotó que otra alternativa de control es el uso de feromonas sexuales, que contribuye a reducir las poblaciones de machos. La feromona sintética debe ser utilizada en principio para detectar la o las especies presentes en el campo; en segundo nivel para bajar poblaciones de machos, bloqueando en parte el apareamiento; y, en el tercer caso, saturando de feromona el campo, mediante dispensadores, para producir confusión sexual.

Otras medidas incluyen la instalación de bandas pegajosas de plástico o cartón, para muestreo o bloqueo de la ruta de las ninfas, así como el destolar o descortezar los tallos en áreas focalizadas con el objetivo de lograr la exposición de los diferentes estados de la plaga y su inmediato control.

“LAS APLICACIONES PUEDEN SER FOLIARES, DIRIGIDAS AL TALLO O A LA RAÍZ”

MANEJO QUÍMICO ADECUADO

El destacado catedrático recomendó que, para un adecuado manejo químico, se debe tener claro las características fisicoquímicas de los productos se van a utilizar de acuerdo con las etapas fenológicas de la vid. Las aplicaciones pueden ser foliares, dirigidas al tallo o a la raíz, teniendo en cuenta el gasto de agua en las aplicaciones foliares y la actividad radicular cuando estas se hagan al sistema.

Otro aspecto importante es tener en cuenta los LMR, los periodos de carencias, así como la calidad del agua de aplicación. En esa línea, considera que se debe usar insecticidas de bajo impacto ambiental, aquellos de acción específica y, si es posible el grupo ‘UNF’ que incluye *Beauveria*, *Isaria* y *Metarhizium*, realizar la rotación de las moléculas y evitar el uso de grupos químicos de amplio espectro que causen resurgencia de la plaga.

“La clasificación del IRAC permite realizar un adecuado uso de los insecticidas, logrando ubicar cada ingrediente activo en el momento oportuno y sin problemas de residuos en la cosecha”, agregó.

CAMPO ANDINO EMBALAJES

Líderes en embalajes para la agroindustria

Instagram Facebook LinkedIn

www.campoandino.com

CAMPO ANDINO 100% PERUANA EMBALAJES

Grapes
Avocados
Citrus
Blueberries



Ingeniero Josué Carrasco, director general de la Dirección de Sanidad Vegetal del SENASA,

UVA PERUANA DE CALIDAD COREA DEL SUR: MERCADO EN CONSTANTE CRECIMIENTO

El director general de la Dirección de Sanidad Vegetal del SENASA, ingeniero Josué Carrasco, consideró a Corea del Sur como un mercado importante y en crecimiento constante para la uva peruana. Los envíos a Corea superaron en 90% de crecimiento a la campaña anterior. Carrasco tiene más de 30 años trabajando en SENASA, es una voz autorizada para hablar del comportamiento de este importante mercado asiático.

CRECIMIENTO EN PANDEMIA

Dada la situación sanitaria mundial a causa de la pandemia, la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal de Corea del Sur, (APQA) delegó a SENASA las inspecciones de exportación de los envíos de uva de mesa peruana a ese destino del 20 de setiembre del 2021 al 30 de abril del presente año. ¿Nos podría informar de la evaluación de desempeño de las actividades de pre embarque delegadas a SENASA en ese lapso?

El SENASA como autoridad en sanidad agraria, pese a la pandemia de COVID 19, siguió cumpliendo con sus funciones, trabajando con normalidad en las certificaciones de lugares de producción, plantas empacadoras y certificaciones de los envíos para garantizar que los productos estén libres de plagas y no tengan inconvenientes en su ingreso a países de destino.

En ese sentido, el personal del SENASA demostrando el profesionalismo al servicio de nuestros usuarios, llegó a certificar los envíos de uva peruana a Corea, durante la campaña 2021-2022, cumpliendo estrictamente con

los requisitos fitosanitarios exigidos por la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal de Corea del Sur (APQA).

¿Cuáles fueron los principales problemas que surgieron? ¿Hubo algún rechazo de las exportaciones peruanas certificadas por SENASA con las inspecciones fitosanitarias sin presencia de APQA?

Se puede indicar que no surgieron problemas relevantes. En cuanto a los rechazos, no se presentaron ninguna notificación por interceptación de plagas, sin embargo, se recibió una notificación por incumplimiento del tratamiento de frío en tránsito, situación que no corresponde a problemas fitosanitarios, más bien técnicos.

¿Se va a continuar con esta delegación de funciones durante el 2022?

La delegación del Programa de Preembarque para la campaña 2022-2023, va depender de la situación sanitaria por el COVID-19, el resultado de las gestiones que realice SENASA, sumado a la evaluación de los resultados de las dos últimas campañas de exportación.

CONFIANZA EN SENASA

¿Considera que esta delegación de funciones de APQA significa una muestra de la confianza del gobierno coreano en el trabajo en sanidad agraria mostrado por SENASA?

El programa de preembarque consiste en la inspección conjunta en origen, años de trabajo entre el inspector de SENASA y el inspector del APQA trajo como resultado campañas exitosas y la delegación de las inspecciones es una muestra de confianza ante una situación coyuntural que ha afectado a nivel mundial, pero que SENASA no ha defraudado, puesto que ha redoblado esfuerzos para mantener las exportaciones de uva a Corea del Sur.

En ese sentido, cumpliendo con todas las medidas de bioseguridad para la prevención y contención de la



Covid - 19, los inspectores del SENASA siempre verificaron el cumplimiento de todo el procedimiento que contempla el protocolo fitosanitario aprobado por la Agencia de Cuarentena Animal y Vegetal de Corea del Sur, (APQA por sus siglas en inglés) para el ingreso de la uva peruana a dicho mercado asiático.



CONTROL FITOSANITARIO

Ahora toda la responsabilidad de las inspecciones fitosanitarias de los envíos de uva a Corea ha quedado en manos de SENASA, es una gran responsabilidad. ¿Cómo la están afrontando?

Es una gran responsabilidad, en la campaña anterior adoptamos medidas adicionales para reducir el riesgo de interceptación de plagas principalmente de cochinillas, para esta campaña se realizaron modificaciones adicionales, teniendo como resultado el incremento de las exportaciones a este importante destino asiático, cabe indicar, siempre cumpliendo con los requisitos exigidos.

¿Qué se está haciendo para optimizar el tiempo de atención a los envíos? ¿Se han incrementado las inspecciones realizadas?

Para la certificación de uva a Corea es el único destino donde la muestra representa un 2% y el envío requiere de tratamiento de frío por lo que la

inspección y certificación del envío dura en promedio de dos (02) horas, en esta campaña como ya se mencionó se ha certificado más del 60% si comparamos con la campaña pasada, motivo por el cual se asignó personal exclusivo para atender las solicitudes en las diferentes sedes como Piura, La Libertad, Lambayeque, Ica y Arequipa; asimismo, se contó con el apoyo de PROVID para el traslado de personal a las empacadoras.

¿Qué medidas se están adoptando para minimizar el riesgo de rechazo de envíos en origen y suspensión de predios interesados en exportar a Corea? Este país asiático tiene una alta exigencia respecto a los controles para evitar la presencia de plagas. ¿El tratamiento de frío es vital?

Se han establecido ciertas tolerancias para cochinillas, principal plaga regulada, a pesar que todo envío que presenta esta plaga es rechazada; sin embargo, si supera el 8% de infestación además el lote debe ser suspendido de la campaña de exportación.



PAPEL DE PROVID

¿De qué manera participa Provid en estas inspecciones sanitarias?

Toda la campaña de exportación se desarrolla coordinadamente con PROVID, inicialmente ellos son los que nos brindan la información de las proyecciones de los envíos a Corea la misma que el SENASA remite al APQA para su consideración; asimismo, PROVID envía al SENASA semanalmente la programación de envíos para ser coordinada con las diferentes sedes a nivel nacional.

SENASA ya ha estado realizando este trabajo de certificación de todo el proceso agroexportador de la uva (producción, cosecha, empaque y conservación adecuada para el traslado). ¿Ha cambiado mucho su labor ahora sin inspectores de AQPA?

Ahora sin la presencia del inspector coreano nos toma más tiempo por lo que se requiere de mayor personal asignado.

¿Cuál es la proyección para el 2022?

Sobre la proyección para la siguiente campaña aún no se cuenta con una cifra estimada, sin embargo, es importante mencionar que Perú es un importante país productor de vid, que logró durante la campaña 2021-2022 la exportación de 544 310 toneladas a 58 países, superando en un 15.4% a la campaña anterior.



Kelpak®

agriculture.basf.com/pe

f y o i

BASF
We create chemistry



PROVID CAMPAÑA 2021 - 2022

La campaña exportación 2021/2022 de uva de mesa peruana tuvo un incremento de 13% en los envíos, respecto a lo exportado en el periodo 2020/2021.

Se enviaron 64,847,510 cajas de 8.2 KG en esta campaña y 57,358,784 en la campaña anterior.

CAMPAÑA 2021 2022

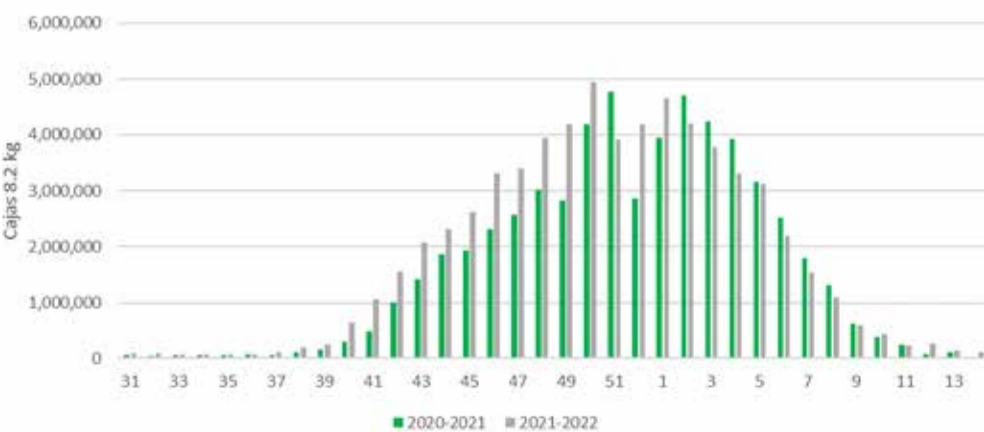
CAMPAÑA 2020-2021
57,358,784 Cajas de 8.2 KG

CAMPAÑA 2021-2022
64,847,510 Cajas de 8.2 KG

PRINCIPALES DESTINOS

1	EEUU	41%	4	MEXICO	5%
2	HOLANDA	14%	5	UK	5%
3	CHINA	13%			

Frente a la campaña 2020 2021 se presenta un crecimiento de +13%.



GRUPO VARIETAL

1	WHITE SEEDLESS	42%
2	RED SEEDLESS	28%
3	RED GLOBE	25%
4	BLACK SEEDLESS	3%

FUENTE: SENASA

ÁREAS CAMPAÑA 2021 2022

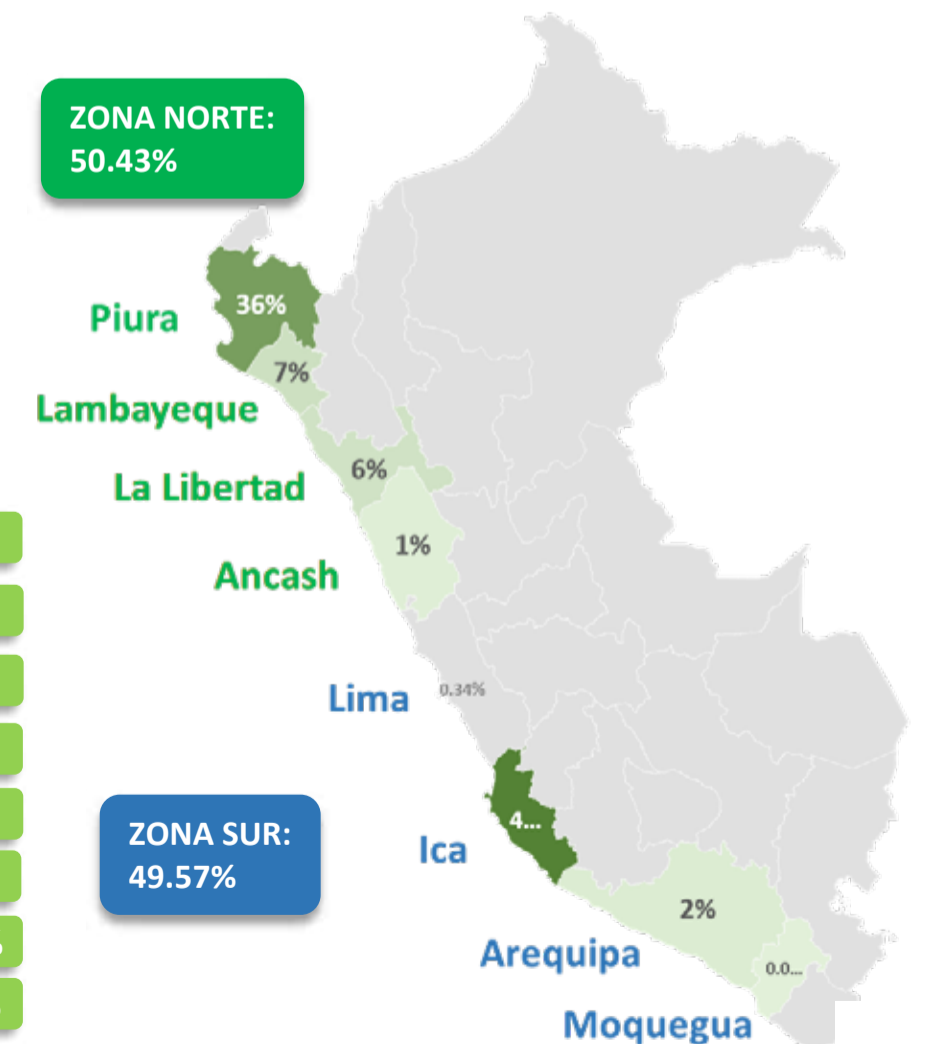
21,099 HA

CAMPAÑA 2020 2021:
20,775 HA Crecimiento de +2%.

POR ZONAS

1	ICA	48%
2	PIURA	36%
3	LAMBAYEQUE	7%
4	LA LIBERTAD	6%
5	AREQUIPA	2%
6	ANCASH	1%
7	LIMA	0.34%
8	MOQUEGUA	0.05%

ZONA NORTE:
50.43%



ZONA SUR:
49.57%



Provid

Revista de la Asociación de Productores y Exportadores
de Uva de Mesa del Perú - PROVID



Ubícanos: Calle 21 N° 713 - Int. 205 Urb. Corpac - San Isidro, Lima Perú
Teléfonos: (511) 475-1756 / +51 954 104 202
E-mail: contacto@provid.org.pe

LinkedIn

