

# DOBLAMOS LA VIDA COMERCIAL DE LA PALTA

Control del  
necrosamiento  
de la pulpa

Mejora  
radical para  
la seguridad  
alimentaria

Control de  
la pérdida de  
peso y de  
la firmeza

Control  
del moho  
peduncular

El lavado higiénico que se consigue con el **Sistema Citrocide® Palta** supone una mejora radical para la seguridad alimentaria, al eliminar la contaminación superficial del fruto. La lavadora se convierte en un Punto de Control Crítico, evitando contaminaciones cruzadas. Este sistema reduce la incidencia de moho peduncular de manera drástica, incluso después de 40 días, esto permite llegar a destinos lejanos sin pérdidas postcosecha.

El recubrimiento **Citrosol® A K Paltas UE** dobla la vida útil del fruto, controlando el necrosamiento interno de la pulpa consecuencia del daño por frío que puede aparecer durante su transporte y almacenamiento. Reduce la pérdida de peso, mantiene la firmeza y no interfiere en el cambio de color natural del fruto durante la maduración.



@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com  
info@citrosol.com



**PERÚ**  
**ProHass informa**

RI - 005  
2021

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE PALTA HASS DEL PERÚ

## PALTA HASS EN PERÚ: CRECIMIENTO CON RESPONSABILIDAD

El reto es consolidar el crecimiento de  
nuestras exportaciones

**PERÚ SERÁ SEDE  
DE VII CONGRESO  
LATINOAMERICANO  
DE LA PALTA**

Nuestro país  
fue designado  
como sede del  
Congreso para  
el 2025

**CAMPAÑAS DE  
PROMOCIÓN EN  
JAPÓN Y CHINA**

ProHass desarrolló  
intensas campañas  
de promoción para  
incentivar el consumo  
de la palta peruana

**PROHASS APOYA  
INVESTIGACIÓN ACADÉMICA**

ProHass y la UNALM  
inauguran moderno  
laboratorio de postcosecha  
de palta



# Tachigaren®

PQUA No. 1507-SENASA

36 SL

**Altamente eficaz** para el control de **hongos** de madera



CASE IH **176** AÑOS EN EL MUNDO

La potencia y el excelente diseño del Quantum, ofrece confort y gran capacidad de rendimiento garantizando la máxima productividad del cultivo.

Los **tractores Quantum** son de gran versatilidad, adaptables a las exigencias del campo, disponibles con plataforma o cabina con aire acondicionado, ergonómico, potente motor, alimentado con intercooler de bajo consumo de combustible y fácil mantenimiento.

Distribuidor oficial de:

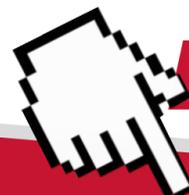


Quantum significa:

**VERSATILIDAD**

**AHORRO**

**POTENCIA**



SERVICIO POST VENTA  
GARANTÍA DEL PRODUCTO  
ASESORÍA PROFESIONAL  
CAPACITACIÓN

IMECOL SAC  
T.: (+51) 719 3407  
(+51) 941 563 818 / (+51) 999 982 661  
gerenciacomercial@imecolsac.com.pe

[www.imecol.com](http://www.imecol.com)

[www.summit-agro.pe](http://www.summit-agro.pe)





MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO  
DIC. 2020 – NOV. 2022

**Presidente**

Juan Carlos Paredes Rosales  
AGRÍCOLA PAMPA BAJA S.A.C.

**Vice - Presidente**

Michael Horney Siverio  
ARATO PERÚ S.A.

**Tesorero**

Angelo Alfredo Pinasco Dellepiane  
EMPRESA AGROINDUSTRIAL  
LA PUNTA S.A.C.

**Secretario**

Jose Antonio Castro Echeopar  
SOCIEDAD AGRÍCOLA  
DROKASA S.A.

**Vocales**

Daniel Jose Bustamante Canny  
Alejandro Fuentes León  
Pablo Ferreyros Cabieses  
Marcos Barreto Vargas  
Francisco Camino Rivera  
Omar Díaz Marchena  
Francesca Carnesella Figuerola

**Gerente General**

Arturo Medina Castro

**Asociación de Productores y Exportadores de Paltas Hass del Perú - ProHass**

Av. Nicolás Arriola # 314 Ofic. 901  
Urb. Santa Catalina, La Victoria - Perú  
Teléfonos: (51-1) 225-1626  
[www.prohass.com.pe](http://www.prohass.com.pe)

Hecho el Depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú  
N° 2020-07073.

**Edición**

Integra Comunicación  
Corporativa S.A.C.  
Cl. Nevado Huascarán 182 - La Molina  
7740187  
[prohassinforma@prohass.com.pe](mailto:prohassinforma@prohass.com.pe)

Abril - 2021

**Editor General**

Victor Limas Garragati

**Coordinador General**

César Gerardo Gallegos



06

**PALTA HASS EN PERÚ:  
CRECIMIENTO CON  
RESPONSABILIDAD**

Este año ha sido muy bueno para la industria de la palta peruana que tuvo un crecimiento de más del 30% que el año pasado.



08

**INDUSTRIA DE LA PALTA  
PERUANA ES MADURA Y  
RESPONSABLE**

Para el presidente de ProHass, Juan C. Paredes, la campaña 2021 ha sido muy buena, el reto es consolidar el crecimiento de nuestras exportaciones



12

**INAUGURAN LABORATORIO  
DE POSTCOSECHA DE  
PALTA**

ProHass y la UNALM inauguran moderno laboratorio de postcosecha de palta implementado en el marco del convenio suscrito el año pasado.



16

**ENTREVISTA AL DR.  
AMÉRICO GUEVARA,  
RECTOR DE LA UNALM**

Es necesario que se unan la empresa privada y la universidad para apoyar la investigación y el desarrollo del agrario.



20

**Exportación de palta a  
EE.UU creció un 10% en el  
2021**

Michael Horney: El aumento de los envíos al país del norte es una constante en los últimos años, pese a la gran competencia que existe.



24

**Exportación de palta a  
Europa creció 23%**

José Antonio Castro: Europa seguirá siendo por muchos años más, el principal mercado para la palta peruana.



28

**Mercado asiático**

Omar Díaz Marchena: Calidad de la palta y campañas de promoción aseguran el crecimiento de las exportaciones peruanas en Asia



34

**Entrevista a Julio Vivas  
Bancallan, del SENASA**

El 2021 el SENASA certificó más del 30% de la producción que la campaña pasada.



38

**Campaña promoción  
en el Japón**

Mercado japonés reconoce la calidad de la palta peruana, el factor ha sido la intensa campaña de promoción del consumo de la palta que desarrolló ProHass el 2021



42

**Campaña de promoción  
en China**

Desde julio pasado hasta las primeras semanas de noviembre ProHass desarrolló una intensa campaña de promoción del consumo de palta peruana en China



## PALTA PERUANA SE CONSOLIDA EN EL MERCADO INTERNACIONAL

La campaña 2021 de la palta peruana ha sido muy buena, habiendo crecido más del 30% respecto a la campaña pasada.

Este aumento de nuestras exportaciones se debe a la buena aceptación de la palta peruana en los mercados de destino, al aumento de las áreas de cultivo, la mejora continua para incrementar la productividad y calidad de la palta. La industria de la palta peruana es madura y responsable, un ejemplo de eficiencia y sostenibilidad.

Factor importante para este logro han sido los altos niveles de productividad y calidad de la palta lograda, así como la tecnología y procesos aplicados para lograr una óptima condición de llegada de nuestras paltas a los mercados de destino, especialmente los asiáticos, así como la garantía de sanidad e inocuidad alimentaria. En este campo nos va a ser de mucha ayuda las investigaciones del laboratorio postcosecha inaugurado en Universidad Nacional Agraria La Molina con el apoyo de ProHass

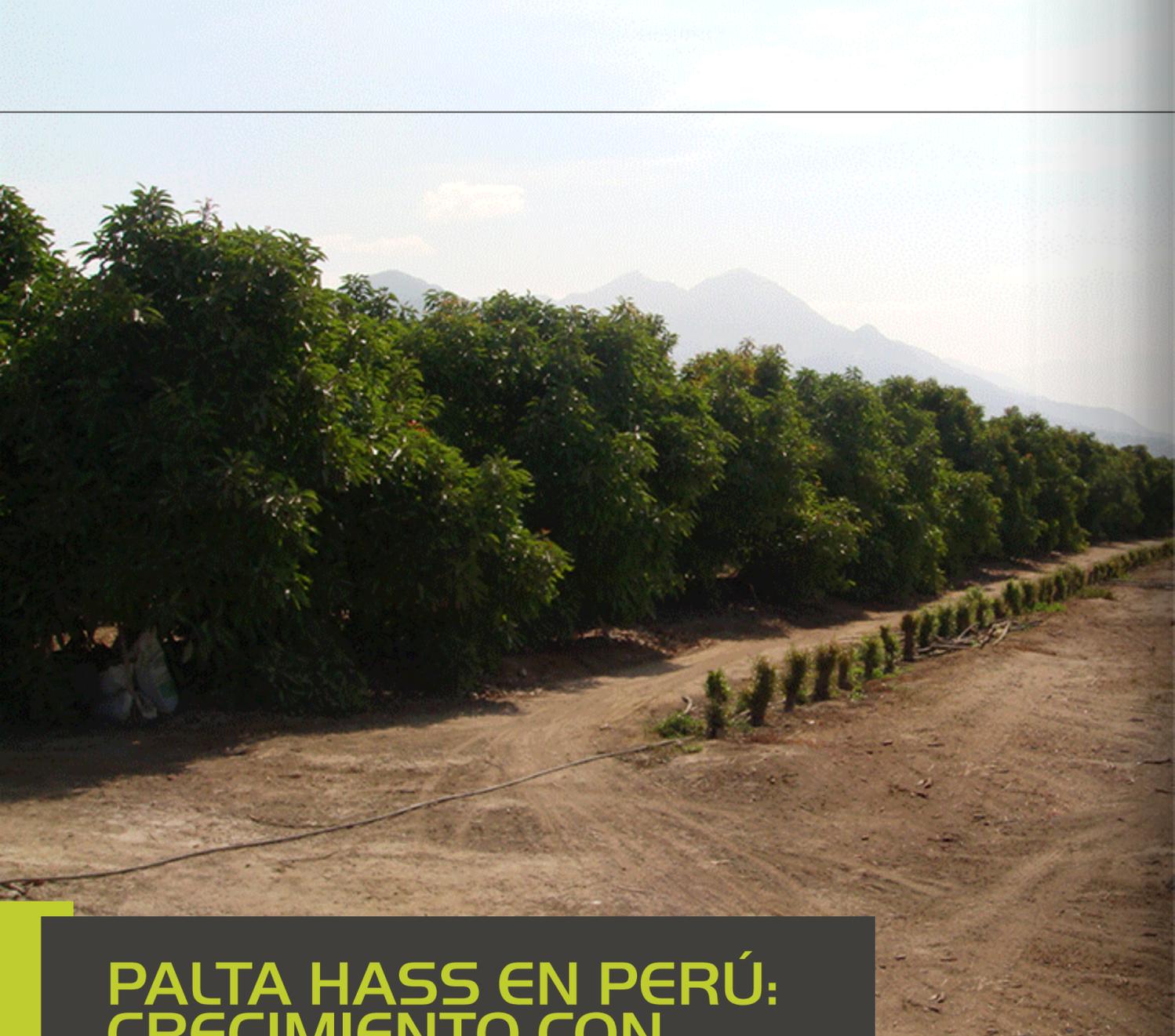
Mantener y mejorar el nivel que hemos alcanzado es tarea de todos los actores de la cadena productiva y exportadora de la palta Hass, independientemente si es para el mercado nacional o internacional y esto alcanza desde los pequeños productores, pasando por los transportistas, plantas de empaque, agroexportadores, operadores logísticos y SENASA.

Este año en particular se presentaron varios problemas que los hemos sabido superar. Además de la pandemia y la inestabilidad política nacional, hubo problemas logísticos en el transporte marítimo y, al final del año, una campaña en contra en Europa durante la Conferencia sobre el Cambio Climático - COP26, evidentemente con un trasfondo comercial por parte de algunos orígenes que han perdido mercados por el avance de la industria de palta peruana.

Nuestra imagen y prestigio es de lo mejor, muestra de ello es que en el reciente VI Congreso Latinoamericano del Aguacate, realizado en Guatemala, se eligió a Perú como sede del próximo congreso programado para el 2023.

Estamos yendo por buen camino, pero debemos seguir caminando juntos y vigilantes para superar los obstáculos internos y externos, y siempre buscando la mayor productividad, eficiencia y calidad de nuestro producto.





## PALTA HASS EN PERÚ: CRECIMIENTO CON RESPONSABILIDAD

*En el 2021 la industria de la palta ha vuelto a crecer de manera significativa, tanto a nivel valor y volumen de la exportación. En líneas generales este año ha sido muy bueno para la industria de la palta peruana que tuvo un crecimiento de más del 30% logrado el año pasado.*

**A**ctualmente, son 36 los países en el mundo que reciben nuestras exportaciones de palta, siendo Europa el principal destino de nuestras exportaciones, seguido los Estados Unidos, destacando las ventas en los mercados asiáticos. Ahora el reto es consolidar los mercados internacionales, a los cuales hemos llegado en base a un trabajo eficiente y en conjunto entre ProHass y el SENASA.

Nos hemos convertido en una industria madura, con una agricultura moderna, competitiva, altamente tecnológica, profesional, social y medioambientalmente responsable, con todas las garantías de sanidad e inocuidad. El Perú se ha convertido en un ejemplo a seguir de eficiencia y sostenibilidad.

Lo que vendemos no es una simple palta, sino una experiencia de sabor altamente nutritiva, muy beneficiosa para la salud y con una calidad A-1.

### MÁS CAMPOS Y PRODUCTIVIDAD

Sin duda alguna, factor clave para el aumento de las exportaciones han sido la entrada en producción de las nuevas hectáreas de cultivo de palta Hass en la sierra y la producción en Olmos que se han añadido a la industria, con lo cual superamos las 40 mil hectáreas sembradas de esta riquísima fruta. Además, un gran porcentaje de campos jóvenes han aumentado su productividad.

Perú se ha consolidado como el segundo país productor y exportador de palta Hass en el mundo y ha adquirido un gran reconocimiento internacionalmente, pese a ser una industria relativamente joven en el país, habiéndose desarrollado rápidamente por su profesionalismo, con inversiones a mediano y largo plazo, y -sobre todo- sostenible en el tema hídrico y de los trabajadores, preocupándose más por las condiciones de trabajo y un adecuado clima y ambiente laboral.

El trabajo de promoción y marketing realizado por ProHass en los diferentes mercados internacional también han tenido excelentes resultados en la campaña 2021, que nos permite diversificar nuestros mercados.



### RESPONSABILIDAD DE TODOS

El seguir creciendo es tarea y responsabilidad de todos los integrantes de la cadena de producción y exportación. Es un trabajo integral y compete a todos los actores de esta industria, desde el pequeño productor, el transportista, las plantas de empaque, exportadores, operadores logísticos, es decir, de toda la cadena agroexportadora de esta industria.

Todos tenemos que continuar trabajando juntos para mejorar la productividad y calidad del fruto, garantizando que la palta llegue en buena condición al mercado final y evitar los rechazos que aún se siguen dando. Debemos mantener los mercados actuales y seguir buscando otros, especialmente en Asia donde hay un gran mercado potencial.

En la campaña 2021 se han presentado varios retos u obstáculos que los hemos superado con un trabajo coordinado: la pandemia, los problemas logísticos en el transporte marítimo (escasez de contenedores) y al final del año un intento de desprestigiar nuestra industria afirmando que no es sostenible.

Cabe mencionar que los logros alcanzados por la industria de la palta peruana no se han limitado al campo de producción y exportación, sino también al reconocimiento internacional por el nivel técnico y científico del tratamiento de nuestros cultivos.

Es por ello que, en noviembre último en el congreso latinoamericano de palta desarrollado en Guatemala, el Perú fue nombrado sede del VII Congreso Latinoamericano de la Palta, que se realizará en la ciudad de Trujillo en el año 2025.





EL RETO ES CONSOLIDAR EL CRECIMIENTO DE NUESTRAS EXPORTACIONES

## LA INDUSTRIA DE LA PALTA PERUANA ES MADURA Y RESPONSABLE

*Para el presidente de ProHass, Juan C. Paredes, la campaña 2021 de la palta peruana ha sido muy buena, habiéndose logrado los niveles de productividad y calidad esperados en términos generales. Aseguró que ha habido un crecimiento importante, ligeramente mayor de lo esperado. Se enviaron 481 mil toneladas; es decir, se creció un 30% respecto a la campaña anterior.*

“La campaña que viene ahora es un reto porque ha habido campos que han producido mucho. Las condiciones climáticas en el norte del país no han sido de lo más favorables y esperamos que el próximo año se consolide el crecimiento de la palta, especialmente la campaña temprana y la campaña tardía, lo que son las producciones de la sierra con calidad”, expresó.

Al respecto, indicó que espera que esta producción de pequeños productores salga de la mano con socios responsables quienes les

han dado asesoría y enseñado buenas prácticas para que esta fruta salga al mismo nivel que la de los grandes exportadores, lo cual consolidará la calidad de la palta de origen peruano.

Con relación a la existencia de acopiadores inescrupulosos que compran a pequeños productores sus cosechas de palta aún con baja materia seca y la colocan en el mercado internacional desprestigiando el nombre del origen peruano, dijo que ProHass está trabajando de la mano con SENASA para poder establecer mayor control.

“Hay que ver cómo trabajamos, cómo apoyamos a SENASA para que puede haber un control efectivo en lo que son límites de residuos, sobre todo para aquellos pequeños productores que no han crecido bajo el amparo de una entidad que le enseñe las buenas prácticas, el tema de sanidad, el manejo de los pesticidas, para que cumplan con las normas de los países de destino. Ahí el Estado tiene que ayudar a regular eso, porque al final lo que cuidamos todos es la sostenibilidad del negocio, que no se caiga, que no caiga la demanda”, remarcó.

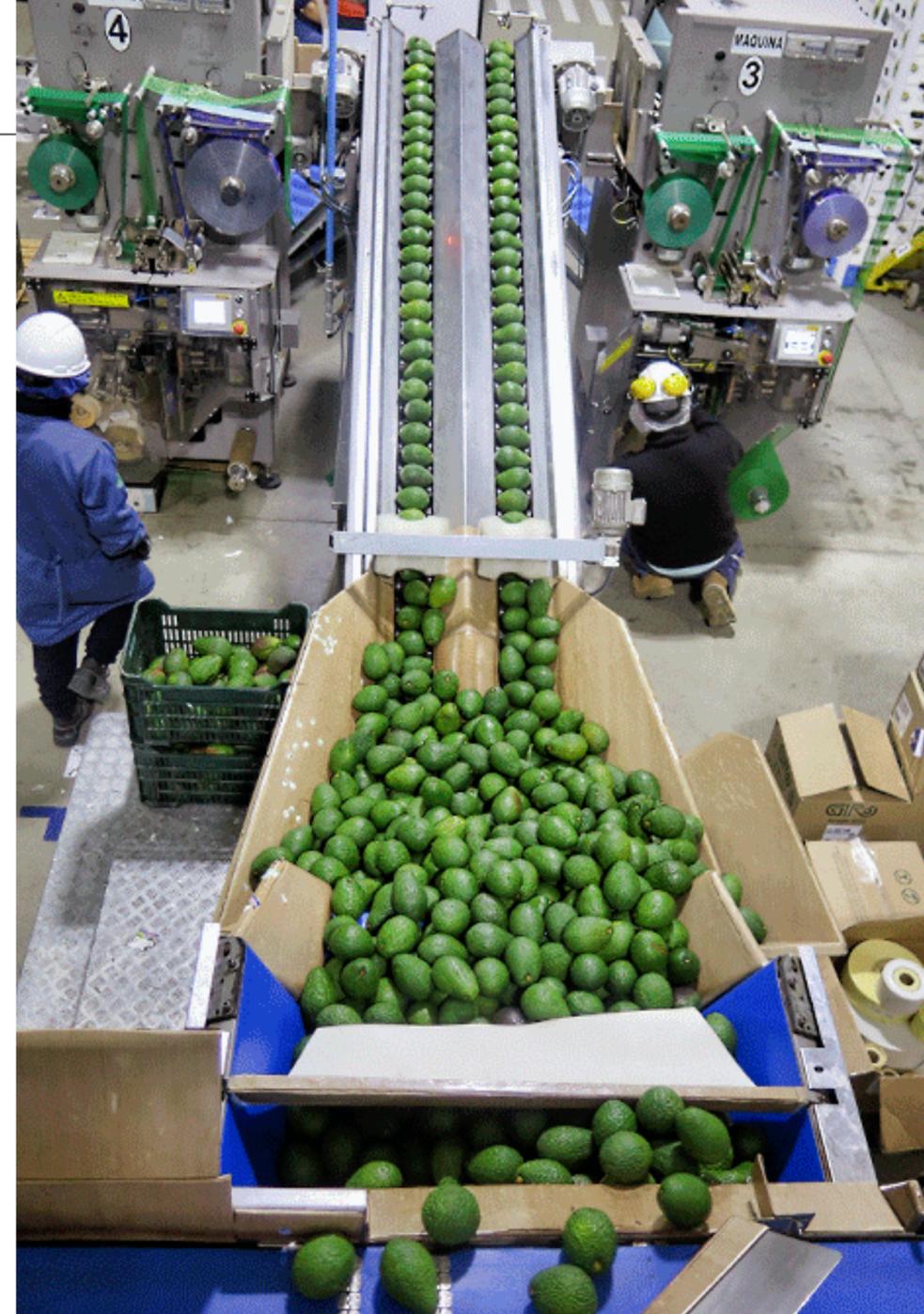
### CAMPAÑA CONTRA LA PALTA PERUANA

En otro momento indicó que en Europa se desató una campaña en la primera semana de noviembre en contra de la palta peruana, afirmando que esta no es sostenible.

“Son campañas desinformadas y a la vez desorientan a la opinión pública. Es la primera vez que mencionan a la palta de origen peruano con estos temas. Nosotros nos hemos puesto en alerta en ProHass. Se ha realizado toda una campaña de información a nivel externo por parte de la asociación mundial del palto (WAO) para corregir estas afirmaciones y todos los medios especializados a nivel mundial han publicado desmentidos a estas afirmaciones”, manifestó Juan Paredes.

Comentó que esta campaña no es gratuita y se ha realizado justo cuando se realizaba la Conferencia sobre el Cambio Climático – COP26. Hay un evidente trasfondo comercial suscitado también porque Perú se ha ganado a pulso una posición en el mercado internacional quitándole lugar a grandes jugadores a nivel mundial. “Hay países que han perdido participación porque los peruanos nos hemos impuesto en el mercado. Hemos crecido no solo en palta sino en muchos cultivos y eso nos hace también que seamos vulnerables y blanco de ataque de varios orígenes”, agregó.

“Nosotros somos sostenibles en nuestra productividad bajo todo punto de vista: en la sierra hay agua abundante, los cultivos se riegan bajo riego por gravedad, en los proyectos de irrigación se utilizan aguas de proyectos que tienen sostenibilidad. Hay un manejo super eficiente del recurso hídrico”, aseguró el presidente de ProHass.



### EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD

Tras señalar que nuestra industria de la palta es madura y responsable, aseguró que Perú es un ejemplo a seguir de eficiencia y de sostenibilidad.

Otro punto a favor de la industria peruana es que permanentemente los productores están mejorando la eficiencia y productividad. En este sentido explicó que era muy importante bajar los costos porque no siempre el mercado tendrá precios altos y advirtió que es muy probable que, debido al aumento de la demanda, los precios bajen. “Entonces quien no está pensando en adecuarse a tener costos más bajos va a perder el viaje. Esto ha pasado en todos los cultivos que exportamos.

“Ahora tenemos que ser conscientes del reto de la sostenibilidad, hoy más que nunca es una necesidad del mercado, no solo en el tema hídrico, sino en el tema de los trabajadores. Soy consciente que hay muchas empresas que, si no lo hacían antes, ahora ya lo están haciendo teniendo un adecuado clima y ambiente laboral. Las relaciones de diálogo con los trabajadores son muchísimo más importantes que antes”, aseguró.

Dijo que felizmente en ProHass sus socios son formales y con ellos se puede defender la industria; sin embargo, no se sabe qué pasa con los informales que no forman parte de ProHass. Anotó que hoy más que nunca se debe tener en cuenta qué aplicas a tu cultivo, cómo utilizas el agua, la huella de carbono que dejas o si las comunidades de tu entorno tienen agua suficiente.

“Es cierto, es trabajo del gobierno, pero si vamos a dejar todo en sus manos, un gobierno que a todas luces no trabaja eficientemente y a eso le sumamos una corrupción enorme, no vamos a quedarnos cruzados de brazos y, la verdad, este clima social va a seguir tornándose negativo para el empresario y todo lo que es la inversión privada, no solo para la agroexportación”, opinó.



## ABRIENDO MERCADOS

Sobre los mercados asiáticos, Juan Paredes dijo que el de Japón es un mercado un poco más maduro que esta siendo bien atendido y que no hay mucho potencial de crecimiento; pero que la expectativa está en China y otros países del Asia donde sí tienen muchísimas expectativas, aunque todavía no llegan a consolidarse. “Esperemos que en los próximos años ya se pueda ver un despegue en esos orígenes y nos permita absorber la oferta que está saliendo de todo el mundo, no solo de Perú”, señaló.

Sobre el problema del transporte marítimo, puertos y atención en puertos que se están enfrentando en la actual campaña, dijo que es un tema mundial. “Esperemos que pueda aligerarse ya un poco más el próximo año. Las navieras nos aseguran que se va a despachar toda la fruta, esperemos que así sea. Los costos van a ser definitivamente un factor que no necesariamente podemos trasladar al cliente final porque va a tener otras opciones. Es bien retadora la campaña. Vamos a ver cómo termina”, enfatizó.

Reiteró que era muy importante que los productores-exportadores de la palta peruana tengan información oportuna y de calidad para tomar decisiones. “Mientras más información de calidad sea, el retorno al productor va a ser mucho mejor. Son mercados cambiantes. Hay un plan, pero ese plan se ve afectado por diversos riesgos”, anunció.

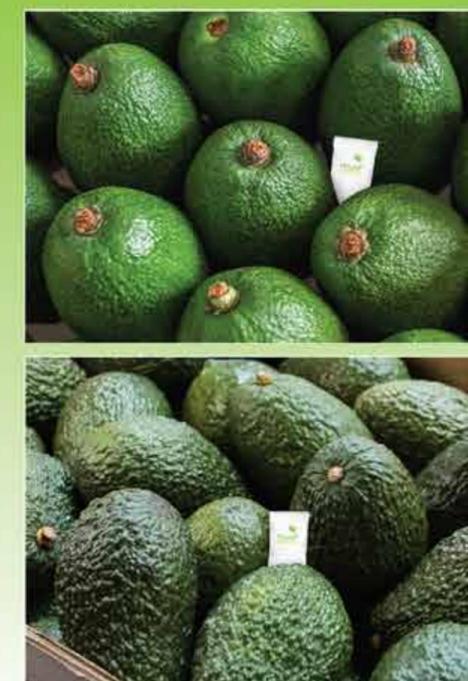
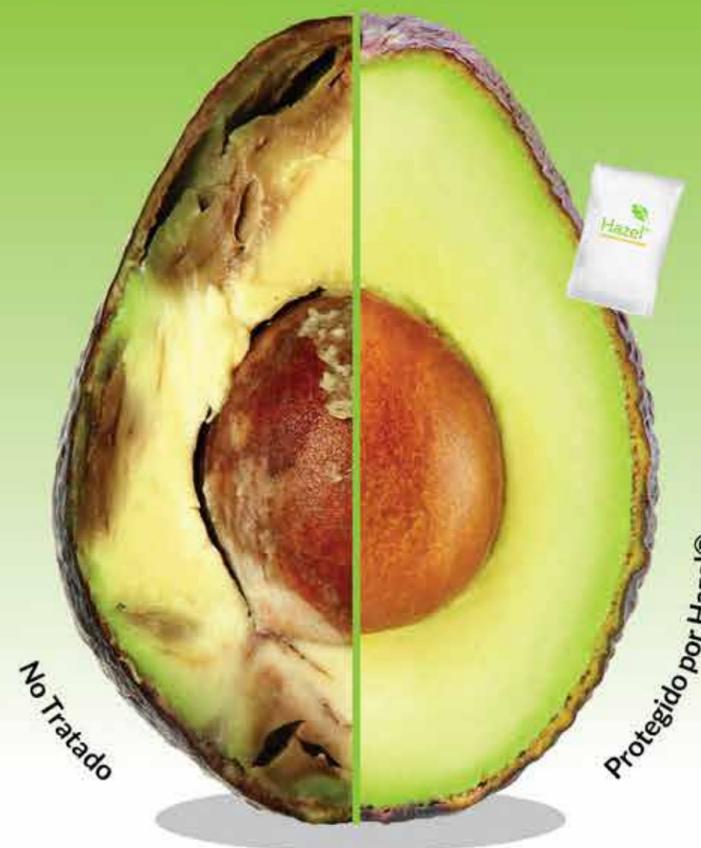
# Mejores Arribos, a Más Destinos

Hazel protege paltas de primera calidad desde el productor hasta el consumidor

La tecnología emblema de Hazel Tech® mantiene la madurez perfecta de las paltas al retrasar los efectos del etileno, una hormona vegetal que provoca la pérdida de firmeza y decoloración.

Financiado por:

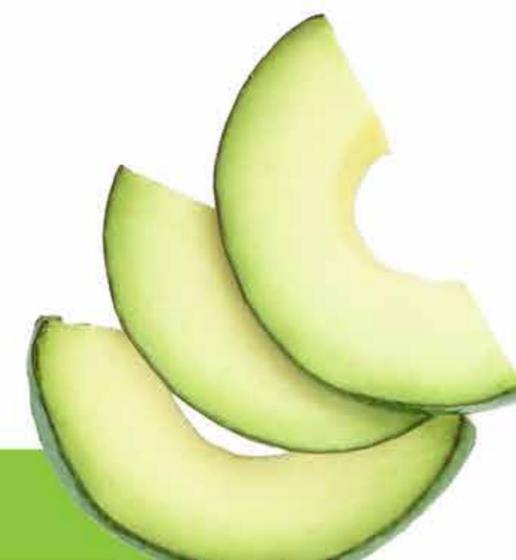
USDA National Institute of Food and Agriculture  
U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE



hazel technologies, inc.

CONTACTO:

Martin Roeder  
Gerente de Ventas para Latinoamérica  
+1-305-434-2015  
Martin@hazeltechnologies.com



www.hazeltechnologies.com



PROHASS APOYA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA

## MODERNO LABORATORIO POSTCOSECHA DE PALTA SE INAUGURÓ EN LA UNALM

*Desde octubre pasado se encuentra funcionando en la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM) un moderno Laboratorio Postcosecha, implementado en el marco del convenio suscrito con ProHass el año pasado, con la finalidad de fortalecer la investigación en palta Hass y realizar ensayos postcosecha con miras de seguir mejorando la calidad de este fruto de exportación.*

**S**e trata de dos cámaras de refrigeración con cubículos de atmósfera controlada instaladas en el laboratorio de Postcosecha de Horticultura de la Facultad de Agronomía de la UNALM, que permitirá manejar la temperatura y modificar la atmósfera en busca del microclima ideal para que la ca-

lidad obtenida por la palta Hass en campo se mantenga intacta durante la larga travesía de exportación a mercados internacionales.

La instalación de este laboratorio se realizó en el marco del convenio entre esa casa de estudios y la Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú (ProHass), suscrito el año pasado, cuyo principal objetivo es llevar a cabo ensayos de postcosecha de la palta Hass peruana, además de convocar la participación investigadores y docentes de la UNALM para desarrollar la industria de la palta.

### Inauguración

En el acto de inauguración estuvo presente el rector de esa universidad, doctor Américo Guevara, y el gerente general de ProHass, Arturo Medina, quienes destacaron la importancia del binomio universidad-empresa privada en el apoyo de la investigación académica en el país, la misma que contribuirá y tendrá una participación vital en el desarrollo del sector agrario del país.

Arturo Medina, destacó la importancia de la implementación de este laboratorio para la realización de estudios, investigaciones, pruebas y mejoras en la producción de la palta para que llegue a los mercados internacionales en óptimas condiciones. “Esto nos permitirá prever los problemas que puedan afectar nuestros cultivos y competitividad empresarial”, añadió.

Anotó que el convenio suscrito con la UNALM permitirá hacer estudios postcosecha para optimizar la calidad de la palta Hass, además de entender el comportamiento y la biología de la palta Hass peruana y las diferencias entre los distintos lugares de producción en el país y mejorar su adecuada conservación en su exportación a los diferentes mercados del mundo.

“Con el convenio y su implementación buscamos acercar la realidad de la industria a los jóvenes universitarios, así cuando tengan cualquier iniciativa la puedan realizar. Nosotros estamos en permanente búsqueda del mejoramiento de la calidad de la palta Hass para que

los pequeños, medianos y grandes productores se beneficien. Como asociación estamos para colaborar en todos los sectores y ahora con la parte educativa”, manifestó

Por su parte el doctor Américo Guevara, rector de la UNALM, resaltó la importancia del binomio universidad-empresa, siendo el convenio suscrito con ProHass el primero que firma esta casa superior de estudios con un gremio agroexportador en el país. Agregó que, a través de este convenio, se podrá realizar investigaciones y ensayos para mejorar la calidad de la palta Hass peruana

“Estas cámaras hacen que dure más, se conserve mejor la calidad y, obviamente, también permite obtener ventanas comerciales. Los estudiantes van a contribuir a través de sus investigaciones. Ganamos todos, los estudiantes obteniendo un trabajo de investigación y la empresa porque sus productos van a conservar la calidad y por un tiempo mayor”, comentó.

Tras destacar la relación de ProHass con la UNALM, Américo Guevara mencionó que este laboratorio contribuirá a realizar estudios sobre

el comportamiento de la fruta para conocer cómo los protocolos de manipulación, refrigeración, atmósfera controlada y las concentraciones de gas, pueden ser diferentes según el origen de la fruta.

### Equipamiento del laboratorio

El moderno laboratorio se encuentra implementado con 2 cámaras de frío de 12 metros cúbicos cada una, cubículos que podrán tener diferentes concentraciones de atmósferas controladas (oxígeno y dióxido de carbono) manejadas de manera automatizada, 5 cubículos por cámara con capacidad de 200 kg de fruta c/u, aproximadamente. La capacidad de cada cámara es de 1.2 toneladas de paltas Hass.

Las investigaciones que se realizarán están ligadas a la postcosecha, calidad, fitosanitario, así como a entender la biología de la fruta. Los primeros temas que se investigarán se relacionan con Biología de la palta peruana y calidad, Atmósferas controladas, Estado nutricional, Otras tecnologías y otros que propongan los especialistas de la Universidad.

DIRECTIVOS PROHASS OPINAN

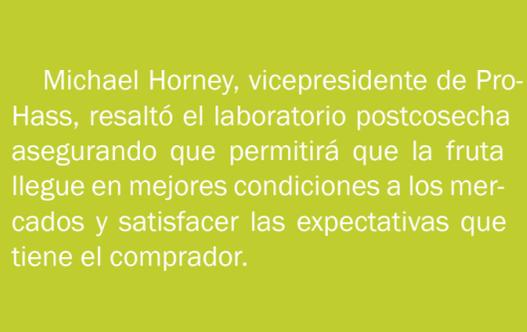
## LABORATORIO POSTCOSECHA GARANTIZARÁ CALIDAD DE LA PALTA EN EL TIEMPO

Los directivos de ProHass destacaron la importancia del laboratorio postcosecha implementado en la Universidad Nacional Agraria La Molina, ya que va a permitir lograr una mejor calidad de palta y proveer de las herramientas técnicas para que el fruto llegue en mejores condiciones a los mercados internacionales, especialmente los más alejados, y satisfacer las exigencias y expectativas que tiene el comprador.



El presidente de ProHass, Juan Paredes Rosales, dijo que es una herramienta muy buena para el monitoreo de la calidad de la palta, determinar cómo se está saliendo y si ocurren problemas poder hacer el “post mortem” para saber la causa, saber qué se hizo mal, cuál fue el motivo, si fue una deficiencia, un mal manejo postcosecha o de frío.

“Todo eso se va a poder ver en conjunción con la Universidad Agraria y nos va a permitir tener un punto de vista más técnico de los sucesos que pasan y poder tener una calidad de palta muchísimo mejor a futuro, que es lo que los mercados piden”, agregó.



Michael Horney, vicepresidente de ProHass, resaltó el laboratorio postcosecha asegurando que permitirá que la fruta llegue en mejores condiciones a los mercados y satisfacer las expectativas que tiene el comprador.



El directivo José Antonio Castro dijo que este es el primer laboratorio desarrollado entre el sector privado y el académico para analizar y mejorar las condiciones de producción y de exportación de la fruta, buscando data real y consistente que ayude al sector paltero del Perú.



Omar Díaz, por su parte, dijo que el laboratorio permitirá realizar trabajos de investigación evaluando nuevas tecnologías de atmósfera controlada y nuevos productos postcosecha para llegar con un producto con más vida útil a destinos más lejanos. También será de mucha importancia en la formación y experiencia profesional de los futuros ingenieros, quienes podrán ser parte activa en el desarrollo de la industria de la palta.

# PIENSA MÁS ALLÁ DE LA PIEL.



Presentamos **VitaFresh™** Botanicals. Nuestros recubrimientos comestibles a base de plantas permiten conservar la frescura de las frutas.

Aumentamos las posibilidades de mantener la calidad de las frutas. La tecnología de anti-deshidratación de AgroFresh aporta un recubrimiento especial produciendo una “doble piel”, que reduce la pérdida de peso y mantiene la frescura de frutas y verduras. Gracias a la ciencia puntera, se prolonga la vida útil ofreciendo mejores experiencias de consumo, que traducen nuestro compromiso Champions 12.3 con la reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos, resultado de innovación tecnológica de un líder AgTech. Eso es confianza. Eso es AgroFresh.

FRIENDS OF  
CHAMPIONS 12.3

AgroFresh.com

**AgroFresh**  
We Grow Confidence

Contáctate con tu responsable local de AgroFresh para saber si este producto se encuentra disponible y se puede emplear en un país y un cultivo específicos. © 2021 AgroFresh Solutions, Inc. Todos los derechos reservados. ™ Marca comercial de AgroFresh Inc.



ENTREVISTA AL DR. AMÉRICO GUEVARA RECTOR DE LA UNALM

## CONVENIO CON PROHASS CONTRIBUIRÁ A MEJORAR LA PRODUCCIÓN DE LA PALTA HASS

*Para el rector de la Universidad Nacional Agraria La Molina, Américo Guevara, es necesario que se unan la empresa privada y la universidad para apoyar la investigación y poder llevar al país al desarrollo. En ese sentido destacó el convenio suscrito con ProHass porque ayudará a mejorar la producción y exportación de la palta Hass, afirmando que ese es el camino que se debe seguir con todas las universidades para solucionar los problemas del país.*

**H**ace poco se inauguró el laboratorio postcosecha, implementado gracias al convenio que tienen suscrito con ProHass ¿Cree que esta es una relación que debe existir siempre entre la Academia y el sector privado?

Sí, de seguro que eso es lo que tenemos que buscar al futuro. No podemos estar apartados la empresa privada y el sector público, sobre

todo la Academia donde tenemos las máximas expresiones de lo que es investigación, desarrollo del producto, innovación y que podemos contribuir también con los emprendimientos. Ese acercamiento y ese convenio que tenemos con ProHass nos sirve como modelo para poder acercarnos a otras empresas del sector privado para lograr esa interrelación, de tal modo de que de una vez enfoquemos los problemas y que la universidad ayude en la so-

lución de esos problemas que se tienen en la empresa privada.

En la actualidad el mundo es más competitivo, existen más restricciones y cada vez nos ponen más condiciones. Si no nos preparamos para trabajar en equipo, entonces vamos a sufrir y eso tenemos que hacerlo ya, de una vez por todas unirnos. ¿Por qué? Porque nosotros tenemos investigadores altamente capacitados en los diferentes rubros que pueden contribuir con el desarrollo de nuestra agricultura.

¿Qué se está haciendo en el tema de la palta?

En el tema de palta nosotros tenemos los agrónomos que ven todo lo que es el manejo en campo, utilización primero de plantones, tipo de suelo, uso de pesticidas, uso de insecticidas, uso de compuestos, poda, etc. Todo eso va a servir para una mejora de todos los niveles de producción. Primero estamos con una misma área de cultivo para obtener su mayor producción, mayor rendimiento en campo. Pero ese mayor rendimiento en campo va ligado a la calidad, esa calidad que es intrínseca en el producto, tiene que ir desde el campo, porque el futuro está ligado a calidad. Pero no termina solamente en esa parte de producción agrícola. Luego viene el resto, desde la cosecha hasta que llega al consumidor final.

Si no sé cómo se manejará la palta una vez que la cosecho, no sé aplicación de temperaturas, aplicación de atmósferas y evaluar el tiempo de transporte a fin de encontrar una ventana comercial, va-

mos a perder. Hemos dado los primeros pasos con ProHass porque tenemos dos cámaras que permiten manejar temperatura y modificar la atmósfera.

### CONSERVACIÓN DE CALIDAD POSTCOSECHA

La preocupación del exportador es cómo llegar al mercado de destino en óptimas condiciones

Efectivamente, esa es la preocupación. Y para eso, las cámaras que tenemos gracias al convenio con ProHass va a permitir para todas las investigaciones en lo que es manejo post cosecha, conservación. Allí, en base al nivel de tecnología que aplique, tendré un mayor tiempo de vida útil conservando la calidad. Con temperatura y modificación de atmósfera yo empiezo a conservar esa calidad que ya me la dio en el campo con todo lo que es investigación, de tal modo que prolongo su tiempo de vida.



## DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA EN PALTA

La universidad también contribuye en cómo podemos diversificar nuestra oferta, que la oferta no solo sea fruta fresca sino también la parte agroindustrial

En palta se puede hacer un montón de derivados, la pulpa o pasta que es lo más común; sin embargo, también podemos sacar el aceite, pero adicionalmente trozos de palta con madurez intermedia podemos encurtirla y presentarlo como encurtido, obviamente manejando estados de madurez. Luego, en la misma pulpa hay diferentes formas del manejo. Con la tecnología en este momento, con la alta presión hidrostática se procesa palta y en nuestro país hay ese nivel de tecnología. Ha entrado a algunas empresas exclusivamente para trabajar en palta. Con eso aseguro que la alta calidad que viene con la fruta

no se pierda cuando lo procese no lo pierda y lo mantenga en condiciones similares, como pulpa ya y lo presente al consumidor. En este momento estamos haciendo una investigación con semilla de palta porque tiene alto nivel de antioxidante.

### ¿Qué se requiere para hacer llegar más transferencia tecnológica hacia el sector agroexportador?

Creo que el primer paso es juntarnos Academia y empresa, para sacar más tecnología y tener más disposición de tecnología. Pero esta tecnología que estamos persiguiendo tiene un costo y, lamentablemente, en las universidades no disponemos de los recursos como para poder implementar la infraestructura o hacer el trabajo propio de investigación, porque planteamos un trabajo y eso significa materiales, reactivos, insumos, etc. Aun

teniendo el equipamiento necesitamos los insumos para trabajar en forma apropiada.

El país debe cambiar. El país debe invertir mucho más en investigación. Nosotros estamos debajo de Chile, de Argentina, de Brasil donde su presupuesto es más significativo frente al nuestro. Si hubiese ese cambio en el cual se centralice ese recurso para investigaciones sería ideal. Por supuesto que tenemos ciertos recursos, pero no son suficientes, son relativamente bajos porque lo hacen a través de las instituciones que dependen del Concytec, pero no son suficientes porque son concursos abiertos para todos y, obviamente, dentro de eso muchos investigadores se quedan sin lograr porque es una competencia. Si hubiera un mayor porcentaje de fondos o, a través de fondos concursables o directamente a la universidad, sería ideal y eso es lo que estamos esperando hacia el futuro.



# DAIKIN

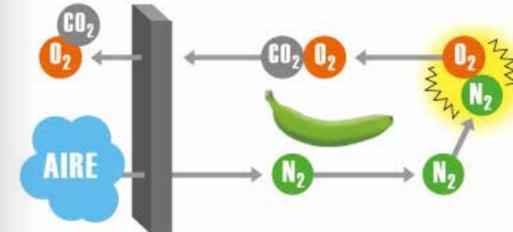
Descanse tranquilo, Daikin Active protege su carga

## DAIKIN Active CA lidera la expansión del mercado

A diferencia de los sistemas pasivos, que dependen de la respiración de la carga, Daikin Active CA realiza una inyección de gas rico en N<sub>2</sub> en el contenedor, lo que permite reducir "Activamente" la concentración de O<sub>2</sub> y administrar el CO<sub>2</sub> a su nivel óptimo en la atmósfera del contenedor.



### Nivel de O<sub>2</sub> ajustado por inyección de N<sub>2</sub>



### Atmósfera controlada

- Las cargas perecederas respiran, por lo que se acelera el proceso de maduración del producto y se acorta la vida de almacenamiento.
- Para reducir la respiración, es necesario reducir el contenido de oxígeno

**Daikin Active CA lo hace más rápido que otros sistemas**

## NUEVAS CARGAS, NUEVAS RUTAS

Reducción rápida al 5% del nivel de O<sub>2</sub>



Expandiendo el rango de carga

Entregue sus productos en el destino deseado como si recién los acabara de cosechar: Desde paltas y plátanos de alta respiración hasta vegetales de hoja verde de baja respiración.



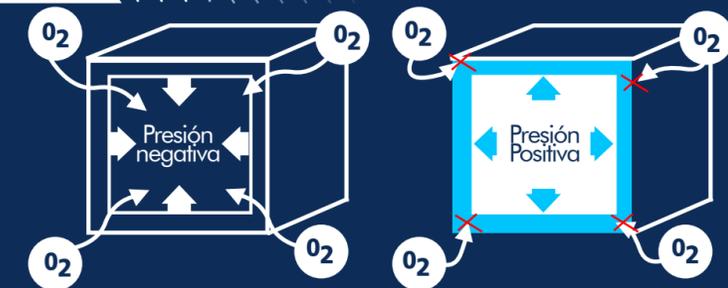
## ALTA CALIDAD, MAYOR VALOR

### Manteniendo la humedad

- Mantiene un apropiado contenido de humedad para una mejor calidad.
- Mayor peso del producto a llegar a destino

### Mantiene una presión positiva

- Bloquea la entrada de aire externo
- Garantiza un óptimo control de temperatura y CA





Michael Horney Siverio El vicepresidente de ProHass y Gerente de Operaciones Comerciales de Mission Produce

PESE A LA LOGÍSTICA, HA SIDO UNA BUENA CAMPAÑA  
**EXPORTACIÓN DE  
PALTA PERUANA A  
ESTADOS UNIDOS  
CRECIÓ UN 10%  
EN EL 2021**

*Estados Unidos es el segundo principal mercado de la palta peruana y su aumento en el volumen de sus envíos al país del norte es una constante en los últimos años, pese a la gran competencia que hay, sobre todo, con el aguacate de California y México. Y la última campaña no ha sido la excepción: se ha crecido 10%, aunque se pensaba que iba a ser mayor.*

**E**l vicepresidente de la Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú (ProHass) y Gerente de Operaciones Comerciales de Mission Produce en la región, Michael Horney Siverio, dijo que ha sido un buen año en Estados Unidos y en Norteamérica en general.

“Perú ha enviado 10% más fruta a este mercado. Claro, no al crecimiento de la industria, que ha crecido 37%, pero se dieron ciertas condiciones en Estados Unidos que hacían pensar que Perú podría crecer más. Sin embargo, México tuvo más fruta, California tuvo más fruta y, por lo tanto, Perú ha tenido que buscar su espacio dentro del mercado de una manera un poco más difícil”, expresó.

“Pero yo creo que ese crecimiento del 10% es una buena señal e indica que la palta peruana es aceptada y las más de 80 mil toneladas que se han hecho lo comprueban”, agregó.

**Palta correcta  
para Estados Unidos**

El directivo de ProHass afirmó que la palta peruana es buena, es la correcta para Estados Unidos. Anotó que California es un origen que puede competir con Perú porque su producción abastece principalmente los mercados de la costa Oeste, mientras que Perú busca abastecer más la costa Este por competitividad. “Un contenedor de Perú a la costa Este cuesta igual o menos que un camión de México a

la costa Este, entonces nos hace competitivos”, comentó.

Tras señalar que Europa es el más grande mercado consumidor de la palta peruana (más del 55% del fruto va a los países europeos), indicó que solo el 17% del volumen exportable va a Estados Unidos.

“Hay que seguir enfocados en servir programas en Estados Unidos. Tal como ha hecho Perú en la campaña pasada, no se ha cargado fruta que no estuviera en programa. Nos hemos enfocado en servir

los programas establecidos, con los calibres correctos y no ha habido fruta suelta en el mercado abierto que pueda haber generado presión sobre el precio”, enfatizó.

Recordó que en la campaña 2020 hubo palta en exceso en Estados Unidos proveniente de Perú, fruta que no estaba en programas y que tuvo que hacerse un espacio sacrificando precio. “Tuvieron que vender a precios muy bajos. Muchos aprendieron la lección y este año llegaron mejor preparados al mercado”, dijo.

También indicó que hay que seguir trabajando con la Comisión Peruana de la Palta (PAC) desarrollando programas de promoción, posicionando la palta peruana como la fruta de verano y como una buena alternativa para las cadenas a la hora de hacer programas.

**“UN CONTENEDOR DE PERÚ A LA COSTA ESTE CUESTA IGUAL O MENOS QUE UN CAMIÓN DE MÉXICO A LA COSTA ESTE, ENTONCES NOS HACE COMPETITIVOS”**



### Hay que evitar retrasos

Haciendo una evaluación de la campaña 2021 dijo que es muy difícil lograr poner la fruta en el mercado en el momento acordado por todos los retrasos y las rotaciones de naves. Este año Perú ha tenido porcentajes muy altos de retrasos, fruta que no ha llegado en la fecha acordada y eso genera distorsión en el abastecimiento.

“En Estados Unidos pienso que la logística afectó más. Eran promociones que se habían establecido para los calibres grandes principalmente, pero los retrasos las afectaron. Hay que seguir trabajando. Es importante que cuando el comprador abra el contenedor halle lo que espera encontrar por más largo que sea el tránsito. Hay que garantizar que la fruta llegue bien. Pienso que este año, pese a los problemas en la logística, ha sido una buena campaña”, indicó.

### Inestabilidad política

Mirando el momento por el que atraviesa el país, Michael Horney opinó que la política está divorciada de la realidad y que la actual inestabilidad política afecta e influye en las decisiones de los inversores, sobre todo del sector agrícola.

Después de afirmar que el sector agrario es el que más trabajo formal brinda, expresó que -contrario a lo que sucede en el Perú - en otros países como Colombia y Ecuador se promueve la inversión agrícola e, incluso, dan facilidades tributarias para el desarrollo de proyectos de envergadura.

### Mensaje a asociados

“Hay que seguir trabajando en la calidad, en la inocuidad que los mercados requieren, haciendo cada vez una mejor fruta que viaje, que llegue bien y que cumpla con las expectativas de los compradores. El seguir trabajando juntos a través de ProHass no solo puede traer beneficios para nosotros los productores sino también para las comunidades de alrededor de donde producimos”.

**“HAY QUE SEGUIR TRABAJANDO EN LA CALIDAD, EN LA INOCUIDAD QUE LOS MERCADOS REQUIEREN”**

# CARVIMSA

## Somos CARVIMSA

una empresa peruana especializada en el desarrollo de empaques de cartón de alta calidad que se ajustan a tus necesidades.

Contáctanos: [ventas@carvimsa.com](mailto:ventas@carvimsa.com)

986 302 469

(01) 201 6600



[www.carvimsa.com](http://www.carvimsa.com)



JOSÉ ANTONIO CASTRO  
ECHECOPAR, GERENTE  
COMERCIAL DE AGROKASA

## EUROPA SEGUIRÁ SIENDO POR MUCHOS AÑOS MÁS, EL PRINCIPAL MERCADO PARA LA PALTA PERUANA.

JOSÉ ANTONIO CASTRO ECHECOPAR,  
GERENTE COMERCIAL DE AGROKASA

*Este año los volúmenes exportados a este importante mercado crecieron en un 23% con relación a la campaña 2020. Para conocer un poco más sobre el resultado de la campaña 2021 y las expectativas a futuro, conversamos con el directivo de ProHass, José Antonio Castro Eche copar.*

**¿** Cuáles fueron los principales factores para el crecimiento de la exportación de palta a Europa?

El mayor volumen exportado se debe a tres factores principalmente: el aumento de áreas de palta plantadas en el Perú, la mejora continua que busca el productor para incrementar su productividad

y la mejora en el manejo agrícola para incrementar la calidad exportable de los campos.

El principal factor externo es la buena aceptación de la palta peruana en los países europeos y el aumento en el consumo de este extraordinario producto, tanto por sus calidades organolépticas como por sus beneficios nutricionales.

No solo se trata de producir más un buen producto, sino también de adecuadas y efectivas campañas de marketing y promoción ¿ProHass y la WAO qué están haciendo al respecto?

ProHass trabaja muy de cerca con WAO para financiar, desarrollar y promover el consumo de la palta en el mercado europeo. Campaña de marketing en todos los países de Europa, donde se difunde los beneficios de este producto para la alimentación y la salud de las personas, así como de las variadas formas que se puede consumir.

Europa es nuestro principal mercado ¿Cuál es la perspectiva para la campaña 2022?

Aún es temprano para poder dar una cifra del volumen que el Perú exportaría a este mercado para el 2022, pero como se ha comentado anteriormente, Europa es y con seguridad seguirá siendo el principal destino de las paltas peruanas.

La palta Hass peruana tiene características muy especiales. Una de ellas es que crece en la costa y sierra. ¿Hay alguna diferencia en la calidad del fruto cosechado? ¿Nos beneficia la ampliación de ventana de producción?

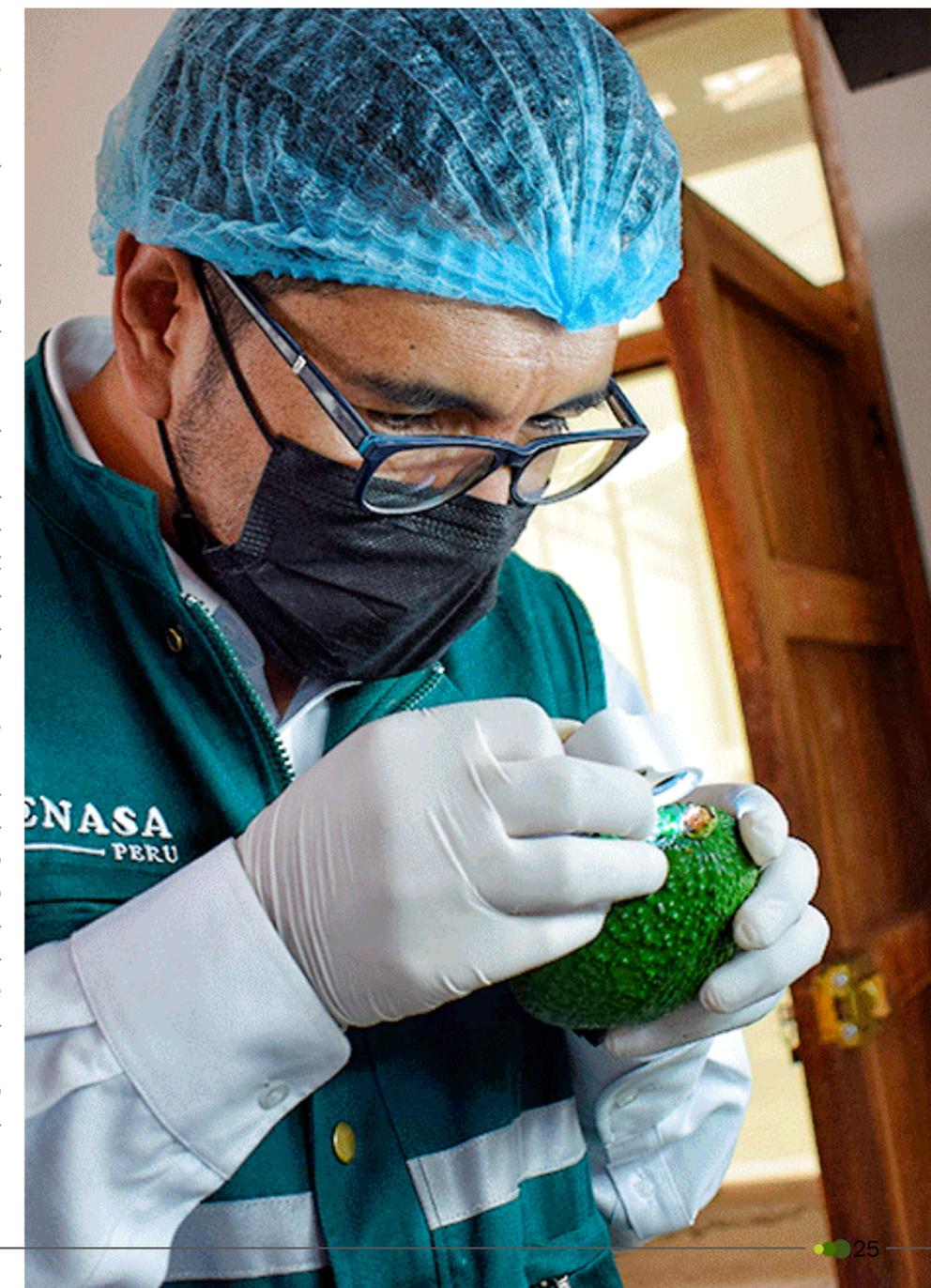
Las condiciones de suelos, climas, riegos influyen mucho en la calidad de la palta. Sin embargo, lo que más influye independientemente de estas características mencionadas es la oportunidad correcta de cosecha para cada zona productora.

Una palta para exportación nunca podrá ser comparada contra una palta que se cosecha en su momento óptimo para el consumo local. Pero, hay un punto de madurez fisiológica que si o si se debe respetar para que la palta una vez cosechada madure de manera natural y en buena condición.

Son varios los indicadores que se deben medir para asegurar que la palta ya superó su índice de maduración fisiológica y se pueda cosechar. El más usado es el contenido de materia seca: a mayor contenido de materia seca el fruto tendrá mejor calidad y condiciones organolépticas. Pero acá viene el reto entre optimizar esta calidad y condiciones con los tiempos que demoran las exportaciones de este producto a los principales mercados de consumo.

## “UNA PALTA PARA EXPORTACIÓN NUNCA PODRÁ SER COMPARADA CONTRA UNA PALTA QUE SE COSECHA EN SU MOMENTO ÓPTIMO PARA EL CONSUMO LOCAL”

Para todo producto el ampliar la ventana comercial trae beneficios y más aún si es una amplia ventana comercial donde su calidad y condiciones son más estables, uniformes y consistentes. Esto genera mayor confianza en el consumidor y aumenta la demanda por dicho producto.



¿Cuál es la responsabilidad de los productores y exportadores en la calidad de la fruta para que llegue en óptimas condiciones a los mercados de destino?

La principal responsabilidad que tenemos como productores es saber que como industria seguimos creciendo, somos los segundos productores y exportadores de palta Hass del mundo. Esto debe ir de la mano con una buena calidad y condición de llegada de nuestras paltas, donde el consumidor tenga

una grata experiencia comprando y saboreando la palta peruana.

Por cada mala experiencia de un consumidor, el mensaje de dicha experiencia se dispersa entre los clientes y consumidores generando una mala percepción de la palta peruana. Esta debe ser la principal responsabilidad de los exportadores peruanos, defender y mejorar la calidad de nuestras paltas para asegurar una buena experiencia de los consumidores y una preferencia por nuestro fruto.



Otros países están repuntando en la exportación de palta gracias a millonarias inversiones. ¿Qué se está haciendo en el país para seguir manteniendo la preferencia del mercado internacional?

Como asociación, ProHass realiza muchas actividades y comunica mucho a sus asociados la necesidad e importancia de invertir en mejoras continuas en toda la cadena de producción y suministro de la palta Hass, desde los campos hasta el consumidor final en todos los mercados a los que llega la palta Hass peruana.

¿Qué nos puede comentar sobre la problemática del transporte marítimo internacional: fletes, costos, retrasos, contenedores?

Año muy complicado, sigue siendo y seguro que será por los próximos 8 meses más. Sin embargo, y a pesar de todas estas dificultades, la exportación de palta peruana creció en 31%, lo que demuestra el nivel de gestión profesional de la industria agroexportadora y, en mayor importancia, en la de la palta, siendo un producto que tiene una menor vida post cosecha en comparación a otros como las uvas, arándanos, cítricos, etc.

¿ProHass está apoyando la producción de palta Hass orgánica? Los mercados internacionales están solicitando ahora productos más saludables.

Este es un nicho muy importante que está en aumento en ciertos países y regiones. Es importante como país tener la capacidad de diversificar la oferta peruana de la palta Hass en convencional y orgánica para cubrir este nicho de mercado.



**"Sembramos calidad, cultivamos un futuro para ti"**

**ASESORÍA**

**PRODUCCIÓN DE FRUTALES**

**ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS AGRÍCOLAS**

Ofrecemos distintas variedades de palto injertado

● PINKERTON ● NABAL ● HASS ● FUERTE

PATRONES UTILIZADOS PARA EL INJERTO: Topa Topa / Zutano / Duke 7 / Antillanos

**RAZÓN SOCIAL:** INGEFRUT S.A.C.

**Dirección:** Quintay s/n, carretera Huaura-Churín Km 50, Sayán, Huaura, Lima

**Teléfono:** 995030697 / 996675546 / 945527531

**E-mail:** contacto@viverosayanfruits.com

/viverosayanfruits/

/vivero.sayan.fruts/

[www.viverosayanfruits.com](http://www.viverosayanfruits.com)



OMAR DIAZ MARCHENA, DIRECTIVO DE PROHASS

## CALIDAD DE LA PALTA Y CAMPANAS DE PROMOCIÓN ASEGURAN CRECIMIENTO DE EXPORTACIONES EN ASIA

*El mercado asiático es un destino con bastante potencial de crecimiento de las exportaciones de palta Hass. Si bien su incremento ha sido constante en los últimos años, una de las formas de asegurar su aumento e ingreso a otros mercados asiáticos es presentar siempre paltas de calidad y realizar efectivas y educativas campañas de promoción para promover el consumo, según opinó Omar Díaz Marchena, directivo de ProHass.*

Una de las últimas campañas importantes fue la realizada por ProHass, en conjunto con la oficina comercial de Perú en Japón y los principales importadores de palta en este país. Esta campaña se enfocó en los supermercados, especialmente para las madres con niños que están de vacaciones

en este período del año, así como su desarrollo a través de las redes sociales para el público entre 20 a 40 años. WAO se ha centrado en el trabajo de promoción en el mercado europeo”, comentó.

Sobre cuáles son las expectativas para la campaña 2022 en el mercado asiático, dijo que todavía es prematuro dar un porcentaje

de crecimiento, pero aseguró que continuará incrementándose en la medida que esté acompañado de la exportación de un producto de buena calidad, como de innovadoras y educativas campañas de promoción.

“En China hay alrededor de 1,500 millones de habitantes y la demanda de palta ha ido en aumento

durante los últimos años. Por otro lado, en la India, un país con casi 1,200 millones de habitantes, la inclusión de la palta en la alimentación se adecúa muy bien a la dieta vegetariana de sus habitantes. Si agregamos a Corea del Sur, Japón, Tailandia, Malasia, Indonesia y Singapur, estaríamos refiriéndonos a un mercado de casi 4,300 millones de personas a lo largo del continente asiático”, refirió describiendo el potencial del mercado asiático.

Precisó que el mercado asiático es exigente en el requerimiento de altos estándares de calidad. Por ejemplo, en países como Corea del Sur (recientemente abierto para la palta peruana) y la India, ellos esperan recibir un fruto libre de quejas, que llegue verde y firme. “Debemos tomar en cuenta que es un producto nuevo para la gran mayoría de la población asiática y, por consiguiente, tomará tiempo para que más personas conozcan este extraordinario fruto y sus cualidades organolépticas y nutricionales”, agregó.

Respecto a la campaña 2021 dijo que como país se logró un volumen de exportación de palta récord, lo que nos permitió seguir consolidando las exportaciones a todos los destinos incluyendo el gigantesco mercado asiático, pese al problema del transporte marítimo.

**“EL MERCADO ASIÁTICO ES EXIGENTE EN EL REQUERIMIENTO DE ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD”**

“Uno de los mayores retos para las exportaciones de este año fue el complejo problema naviero que se vino dando a nivel global, y que se presenta por falta de stocks de contenedores, retrasos importantes en las diferentes rutas marítimas, especialmente para Asia. Asimismo, congestión en los puertos de USA debido al gran número de naves

que esperaban poder ingresar a los puertos a descargar los contenedores”, enfatizó.

Señaló que, gracias al buen trabajo realizado por las empresas exportadoras e importadoras, se logró superar estos retos logísticos dando como resultado una campaña satisfactoria.





desde la producción, controlando la no presencia de plagas y logrando un adecuado balance de calcio y nitrógeno en la fruta y en todas las etapas posteriores que involucran la cosecha: procesamiento, embalaje, exportación y un adecuado manejo en el país destino, con la finalidad de seguir posicionando la imagen de la palta peruana como sinónimo de calidad.

“En un trabajo conjunto realizado por PAC, Prohass y el Dr. John Bower, se preparó el ‘Manual de buenas prácticas en la cadena de suministro y manejo de la palta peruana en el mercado de E.E.U.U.’, este manual contiene lineamientos muy claros que pueden ser usados como una buena base para la exportación a otros mercados, incluyendo el mercado asiático”, comentó.

## CRECIMIENTO DE 57% EN ASIA

Este año, Perú tuvo un incremento del 57% en el volumen de exportación de palta a Asia comparado con el año 2020. Principalmente se ha visto un crecimiento importante en el mercado de Corea del Sur que duplicó su volumen de importación, seguido de la India, China, Tailandia y Japón.

Anotó que esto se debió al rápido incremento en la producción de palta en Perú y la diversificación de los canales comerciales. “Nuestras exportaciones a Asia coinciden con un período de menor oferta desde México, presentándose una oportunidad para compensar la demanda con palta desde Perú, sumado a un creciente interés por el consumo de productos saludables”, aseguró.

El directivo de ProHass indicó que Asia es un mercado lejano con tiempos de tránsito prolongados por lo que es necesario realizar un trabajo profesional minucioso en toda la cadena,

## ALTA TECNOLOGÍA

Omar Díaz explicó que un alto porcentaje del área plantada con palta en el país se maneja utilizando una alta tecnología que incluye sistemas de riego localizados que permite tener un ahorro significativo en el uso del agua y fertilizantes, y de un riguroso manejo integrado de plagas que reduce el uso de pesticidas.

“Adicionalmente, se continúa realizando trabajos de investigación con el objetivo de incrementar la productividad, así como seguir optimizando el uso de agua y disminuir la huella de carbono. En nuestro caso, como empresa venimos evaluando sistemas de riego de última generación que nos permitirán ser aún más eficientes en el uso del agua, logrando ahorros significativos”, dijo tras resaltar la importancia del laboratorio post cosecha que se inauguró en el marco del convenio entre ProHass y la Universidad Nacional Agraria La Molina.

El laboratorio post cosecha permitirá realizar trabajos de investigación evaluando nuevas tecnologías de atmósfera controlada y nuevos productos post cosecha con la finalidad de llegar con un producto con mayor vida útil a destinos más lejanos. Será de mucha importancia en la formación y experiencia profesional de los futuros ingenieros, quienes podrán ser parte activa en el desarrollo de la industria.

Protege tus plantas con

# TREAT-PLUS<sup>®</sup> SL & MITEKILL<sup>®</sup>

¡Un cultivo saludable para un negocio saludable!



Coadyuvante orgánico  
ablandador de aguas duras.

Efecto acidificante del pH del agua de aspersión.



Reducción significativa en los carbonatos. ¡Desde la primera aplicación!

¡Protege tu mandarina contra el **ácaro rojo!**

Efecto de toxicidad por contacto directo y efecto ovicida.



Aprobado para uso en Agricultura Orgánica

Reg. PBUA N°315-SENASA

 Serfi

www.serfi.biz  
C. 970.300.800 - contacto@serfi.biz

La unidad Agro-Vet de  OOSI  
ahora se llama:  Serfi



CALIDAD E INOCUIDAD

## WESTFALIA FRUIT PERÚ: CONQUISTANDO EL MERCADO ASIÁTICO

*Sus altos estándares de calidad e inocuidad, sumados al permanente cumplimiento de buenas prácticas agrícolas, responsabilidad y compromiso con el consumidor, han llevado a Westfalia Fruit Perú SAC a ser una de las empresas exportadoras de palta peruana más reconocidas. Ello no solo le ha significado distinción, sino un crecimiento constante en su producción y comercialización. Como muestra reciente, la última campaña incrementó sus exportaciones en un 102% al Asia, en comparación con el 2020.*



“ Nuestra empresa exportó este año 9,000 toneladas de palta al mercado asiático, lo que representó un incremento del 102% con respecto a la temporada 2020. Logramos exportar palta proveniente de 14 regiones donde trabajamos con pequeños productores y también con empresas medianas y grandes” nos comentó orgullosamente Omar Díaz Marchena, gerente general de Westfalia Fruit Perú SAC.

Comentando sus planes para el próximo año, indicó que la empresa tiene como objetivo seguir promoviendo la plantación de palta en la sierra con la finalidad de incrementar sus exportaciones en los meses de verano y complementar con sus exportaciones de fruta proveniente de la costa.

“En la sierra trabajamos principalmente con pequeños productores, ayudando a desarrollar los campos familiares que trabajan en asociación con nosotros y están integradas en nuestra cadena de valor. Laboramos estrechamente con nuestros socios productores brindándoles asistencia técnica en el manejo del cultivo, siguiendo las buenas prácticas agrícolas necesarias para obtener las certificaciones internacionales”, añadió.



### HUELLA DE CULTIVO DIVERSA

Dio a conocer que el Grupo Westfalia, al cual pertenece Westfalia Fruit Perú SAC, tiene la huella de cultivo más diversa, con Perú como parte integral del suministro de fruta de buena calidad al mercado durante 52 semanas al año.

Díaz Marchena anotó que un beneficio significativo de la cadena de valor integrada globalmente del Grupo Westfalia, significa que pueden desarrollar áreas de cultivo en colaboración con los productores locales de una manera responsable y sostenible.

A ello agregó que el desarrollo medioambiental sostenible de la industria peruana de la palta es clave para satisfacer el crecimiento de los mercados asiáticos emergentes y para crear un futuro sostenible para nuestros productores.

“Como grupo, Westfalia ya ha conseguido estar presente en el mercado durante 52 semanas en muchos países asiáticos. Con el crecimiento de la producción de las zonas de cultivo clave, incluyendo Perú, es fundamental la exportación de fruta de alta calidad con la finalidad de asegurar satisfacer la creciente demanda en estos mercados durante todo el año”, afirmó.

El Grupo Westfalia también tiene una propiedad intelectual global, que ayuda técnicamente a los productores asociados, incluidos los protocolos de postcosecha. El acceso a la propiedad intelectual le da a la cadena de valor del Grupo una ventaja competitiva al poder exportar en forma sostenible con tiempos de tránsito complejos.

### PORTAINJERTOS CLONALES

“En los viveros de Westfalia, desde hace varios años producimos plantas con portainjerto clonal Dusa, con el que logramos muy buenos resultados en los campos de cultivo y recientemente importamos nuevos patrones clonales, los que están siendo evaluados en campos de producción bajo condiciones salinas. Nuestro equipo global monitorea los éxitos de nuestros portainjertos, no solo en Perú sino en todas nuestras áreas de cultivo”, dijo.

Remarcó que han encontrado una mayor eficiencia y rendimiento de los cultivos utilizando sus portainjertos. “Nuestros socios productores en Perú tienen acceso a estos portainjertos de los viveros establecidos por el Grupo en Perú y ubicados a lo largo de nuestra huella de producción”, indicó el gerente general.



PALTA SANA GARANTIZADA

# SENASA CERTIFICÓ EL 2021 MÁS DEL 30% DE LA PRODUCCIÓN QUE LA CAMPAÑA ANTERIOR



*El ingeniero Julio Vivas Bancallan, director de la Subdirección de Cuarentena Vegetal del SENASA hizo un análisis del importante papel de su entidad en garantizar la producción de fruta sana para el mercado local e internacional, destacando que la sanidad e inocuidad es tarea de todos los actores de la cadena productiva de la palta.*

**¿** Cómo marchan los envíos de palta a los mercados internacionales en esta campaña 2021?

De enero a noviembre de este año, se certificaron 543 mil toneladas de palta; superando más de un 30% a la campaña anterior. En base a los registros oficiales, las exportaciones del 'oro verde' tuvieron como destino 38 mercados internacionales, entre los principales destinos esta Países Bajos, España, EEUU, Chile, China y Reino Unido.

Es importante mencionar que, a raíz de este crecimiento en los volúmenes de exportación, cada vez son más los productores de la agricultura familiar que se involucran en la cadena agroexportadora de la palta; con ello, será mayor la rentabilidad de este cultivo, permitiendo el beneficio directo con mejores precios y mayores oportunidades de comercialización.

**¿** Cómo ha sido el trabajo del SENASA en el campo y en las plantas de procesamiento este año?

El SENASA es una de las instituciones del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego que durante la pandemia mantuvo sus actividades vigentes, con el objetivo de atender las necesidades del sector para el correcto abastecimiento de alimentos para el Perú y el mundo.

En esa constante, los servicios en campo como: la vigilancia fitosanitaria, atención de notificaciones y certificación de lugares de producción se desarrollaron de forma normal, manteniendo las medidas de prevención para evitar contagios por la COVID 19; asimismo, los servicios en plantas como: certificación de plantas de empaque e inspección fitosanitaria, se atendieron de forma organizada, en coordinación con los actores de la cadena productiva.

Para todo el territorio nacional, los servicios priorizados del SENASA se mantuvieron vigentes logrando sacar adelante las campañas de exportación de palta, mango, arándanos, uva, cítricos, espárragos, entre otros.



**¿** Cuántas hectáreas de palta certificó el SENASA en esta campaña?

Durante la Campaña de Exportación de Palta 2021 se ha certificado 39,645 hectáreas, que se extienden en 17 regiones del país. Las regiones donde se concentra la mayor cantidad de pequeños productores de palta son: Ayacucho, Ancash, Lima, Arequipa, Apurímac y Huancavelica, regiones que trabajan de forma articulada con SENASA para lograr certificar sus campos oportunamente.

Es importante reconocer el liderazgo de los productores de La Libertad, que se han consolidado como la primera región en las exportaciones de palta, al registrar 207, 368 toneladas que representa el 38.5% en el mercado de exportación.



## PERFILES DE RIESGO

**¿** Qué nos puede comentar sobre la certificación fitosanitaria de las emparadoras basada en perfiles de riesgo?

Las exportaciones peruanas en los últimos años han crecido significativamente, por lo que se requiere de estrategias y/o metodologías que permitan facilitar el comercio internacional. En ese contexto, el SENASA implementó la certificación fitosanitaria basada en perfiles de riesgo, buscando dotar de responsabilidades y beneficios a las empresas emparadoras que han demostrado confianza y seguridad en sus procesos de cosecha y post cosecha.

Esta metodología busca facilitar la operatividad en la cadena agroexportadora, brindando beneficios a aquellas emparadoras que tienen y han demostrado un buen desempeño, respecto al cumplimiento de la normativa vigente.

Esta certificación forma parte del desarrollo y mejora continua de los procedimientos; es por eso que, actualmente, muchas autoridades sanitarias en el mundo utilizan los "perfiles de riesgo fitosanitarios" para facilitar y acelerar los procesos de importación y exportación.



**¿** Qué beneficios se obtienen al delegar esta responsabilidad a las emparadoras?

La aplicación de esta metodología reduce significativamente los tiempos de inspección, sin dejar de cumplir con los planes y/o protocolos de trabajo establecidos con los países importadores.

El personal encargado de llevar a cabo esta certificación, es previamente evaluado y autorizado por el SENASA; su función está centrada en realizar el muestreo de los envíos de fruta fresca y cumplir con los protocolos establecidos por los países importadores.

¿Cómo consecuencia de la COVID-19, los mercados internacionales están implementando nuevos protocolos de seguridad, son más exigentes?

Frente a esta situación, se ha observado que China es uno de los más estrictos en cuanto a la implementación de medidas sanitarias de prevención para la COVID-19 en campos y empacadoras, las mismas que son verificadas en las auditorías virtuales realizadas a productos frescos como la palta, uva, mango y arándanos.

### SANIDAD E INOCUIDAD: TAREA DE TODOS

¿Cómo vienen trabajando con los gremios de este sector y en particular con ProHass?

Con la finalidad de mantener nuestros mercados internacionales SENASA realiza un trabajo constante, articulando a todos los actores de la cadena agroexportadora, teniendo como base la capacitación y comunicación. Asimismo, viene trabajando con PROHASS en la gestión de mejora y acceso de nuevos mercados.



La sanidad e inocuidad alimentaria debe ser una tarea compartida por todos los agroexportadores ¿Qué nos puede comentar al respecto?

Es importante reconocer que esta tarea involucra a todos los actores de la cadena productiva de alimentos, independientemente si tiene como destino el mercado nacional o internacional; desde el pequeño productor, el transportista, planta de empaque, exportadores, operadores logísticos y del SENASA.

Al respecto, es importante mencionar que estamos en todas las regiones del país, acompañando a la agricultura familiar para asegurar la sanidad de sus cultivos y promoviendo la inocuidad en la producción de alimentos; de igual manera, trabajamos con los agroexportadores, con el objetivo de cumplir con los requerimientos fitosanitarios establecidos por los países destino.

Nuestra labor inicia desde el campo hasta la certificación de los envíos, acompañando a toda la cadena productiva e involucrando a todos en la responsabilidad de producir alimentos sanos e inocuos para el Perú y el mundo.



¿Cuál es el avance de los programas de control y erradicación de la mosca de la fruta?

El proceso de control y erradicación de moscas de la fruta alcanzó resultados exitosos en el sur del país, logrando en el 2007 que Tacna y Moquegua sean declaradas como áreas libres de esta plaga. Actualmente, se desarrollan acciones de supresión de la plaga en las regiones de Arequipa e Ica y en valles productores de fruta en Lima, Ancash y La Libertad; lo cual garantiza la producción de fruta sana para el mercado local e internacional.

El nuevo proyecto de erradicación se desarrolla en 9 regiones del país (Piura, Tumbes, Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, La Libertad, Cusco, Apurímac, Puno), inició a mediados del 2019 y concluye a mediados del 2023. Comprende la implementación de actividades de vigilancia y control de las moscas de la fruta de importancia económica.

Es importante resaltar que la ejecución y sostenibilidad de este tipo de procesos en áreas amplias requiere del compromiso y la activa participación de los productores y autoridades locales.

## PROCESADORA TORRE BLANCA IMPULSA EXPORTACIÓN DE PALTAS A DISTINTOS MERCADOS A NIVEL MUNDIAL

En Procesadora Torre Blanca, empresa dedicada al procesamiento y comercialización de frutas, ofrecemos soluciones logísticas postcosecha, adaptándonos de manera ágil y versátil a las necesidades de nuestros clientes. De esta forma, impulsamos la internacionalización de productos peruanos en el mundo al ser un centro de empaquetado autorizado para cualquier destino.

En el 2021, hemos procesado más de 16,000 toneladas de palta a países de Europa, Asia, Medio Oriente y Norte América; y para el próximo año esperamos aumentar el volumen y así seguir creciendo de la mano de nuestros principales clientes para impulsar el sector agroexportador peruano. Esto lo venimos logrando con un equipo altamente especializado, grandes relaciones con productores y clientes, un servicio disponible durante todo el año y cumpliendo con los estándares de calidad y seguridad alimentaria más exigentes del mercado.



Nos esforzamos cada día para que nuestras operaciones contribuyan a mejorar el entorno económico, social y ambiental de las comunidades aledañas a nuestra planta. Trabajamos bajo el compromiso de llevar bienestar, tanto a nuestros clientes como a las miles de familias que cuentan con nosotros, buscando así convertirnos en la mejor procesadora de frutas y hortalizas frescas del Perú.



**TORRE BLANCA**  
PROCESADORA



William Valderrama, agregado comercial del Perú

INTENSA CAMPAÑA PROMOCIONAL

## MERCADO JAPONÉS RECONOCE LA CALIDAD DE LA PALTA HASS PERUANA



El año pasado la participación de la palta peruana en el mercado japonés fue del 16%. Este año, pese a la pandemia y a los problemas logísticos en el transporte marítimo, se espera llegar a un 22% o 23% y para el próximo año se prevé crecer un 15% a 20% más. Factor determinante de este gran incremento ha sido la intensa campaña de promoción del consumo de la palta peruana en ese país asiático que desarrolló ProHass y algunas empresas importadoras japonesas, en alianza con PromPerú.

**W**illiam Valderrama, agregado comercial del Perú en nuestra embajada en Japón afirmó que este año la campaña de promoción fue más agresiva que otros años y contó con la participación de una empresa japonesa especializada en marketing. Afirmó que el éxito ha tenido como sustento la alta calidad y sabor de la palta peruana.

“Muchas de las empresas en Japón que ya reconocen la calidad de la palta peruana, están queriendo apostar más por la importación de este producto”, reveló Valderrama tras afirmar que el mercado japonés ha recibido muy bien el avocado nacional, lo que asegura un crecimiento de nuestras exportaciones.

“Creo que vamos a seguir creciendo. No es muy ambiciosa la pro-

yección que estoy haciendo para el próximo año, pero creo que vamos a crecer entre un 15% a 20% más con relación a este año. El año pasado se importaron 340 contenedores, este año hemos llegado a 500 contenedores. El próximo año podemos llegar a unos 600 contenedores”, proyectó el agregado peruano bastante convencido.

### Campaña de promoción crucial

Valderrama afirmó que la campaña de promoción que se ha hecho este año ha sido crucial y se va a evidenciar en el 2022. “Ahora hemos tenido buen desempeño y ha sido exitoso desde mi punto de vista, pero también creo que la real dimensión y efectividad de esta campaña se va a evaluar definitivamente con las nuevas ventas que se hagan para el 2022”, opinó.

La campaña de promoción la realizaron cinco meses (de abril a setiembre). Lo primero que hicieron fue convocar a cinco empresas especializadas en marketing en Japón (dos japonesas y tres extranjeras). Es la primera vez que lo hacen. Una empresa japonesa fue la ganadora.

Con esta empresa, que conocía muy bien el mercado y la idiosincrasia de la cultura japonesa, lo primero que hicieron fue la creación del personaje “Peruavo-kun”, un niño

palto peruano con chullo que representó a la palta peruana. Esta figura sirvió para crear y difundir una serie de historias animadas a través de Instagram, la red social que es utilizada masivamente en Japón.

Además, se organizaron tres concursos en el que participaron los consumidores de palta japoneses. En el primero se regalaron paquetes de palta; en el segundo, una pequeña canasta con aceite de oliva de Perú, chocolates de una empresa peruana y una chalina de alpaca. En la tercera se sortearon 100 chullos. Este último, que como los demás incentivaba el consumo de la palta peruana, fue el que más acogida tuvo.

El número de seguidores de la cuenta de Instagram peruana creció significativamente no solo por los concursos, sino también por las recetas que se publicaron cada semana enseñando cómo preparar y consumir la palta.

Además, el personaje “Peruavo-kun” estaba visible en los supermercados japoneses donde se vendía palta peruana. La gente ya lo identificaba y diferenciaba de la mexicana, que hasta el año pasado tenía el 84% del mercado, frente a un 16% de la nacional. Se tiene que esperar a fines de diciembre para saber como se comportó el mercado este año, aunque se espera que lleguemos a un 22% o 23% del mercado.

Comentó que un logro importante es que una de las empresas que está importando palta en gran volumen de Perú trabaja con las cadenas de sushi. Esto ha contribuido a difundir la palta peruana en Japón





### Mercado japonés exige calidad

Valderrama afirmó que el mercado japonés es uno de los más exigentes que pueden existir en temas de calidad. “La calidad de la palta peruana es muy buena, lo que ha permitido que se haya incrementado sustancialmente las importaciones y creo que va a seguir. La calidad de la palta peruana es muy reconocida por las empresas”, agregó.

Contó que muchos empresarios japoneses le han comentado que la palta peruana es de excelente calidad, muy cremosa, con un mejor proceso de maduración y porcentaje de materia seca de 22.5%-23%, que le da la posibilidad de presentar un producto probablemente con mejores condiciones de calidad que la palta mexicana.

En Japón se consume mucho la palta durante todo el año, esto hace que el crecimiento de la exportación del avocado peruano sea una posibilidad real.

“Estamos hablando de aproximadamente 130 millones de habitantes que tiene Japón, así que recién estamos creciendo. El mensaje es muy simple: el japonés está ávido de querer seguir consumiendo una palta con los niveles de calidad que tiene la palta peruana. Muchas de las empresas que ya reconocen la calidad de la palta peruana, están queriendo apostar más por la importación de este producto”, nos contó entusiasmado.

Para seguir creciendo en el mercado japonés recomendó que cuando arranque la campaña de exportación siempre se debe de tratar que tenga un porcentaje de materia seca que supere el 22.5% o el 23%.

“En años anteriores, cuando la palta venía con un 21% o 21.5, la gente se quejó porque el proceso de maduración aquí era muy lento y porque desde que compraba la fruta hasta que la podían comer pasaba entre 10 a 12 días, y aun así seguía sin madurar. Creo que hay que estandarizar los procesos de exportación para que sea un estándar único y la calidad se mantenga a través de los años”, dijo.

### Problemas por superar

Analizando la campaña de este año, enfatizó que hubo varios problemas que se deben superar y casi todos tienen que ver con el transporte marítimo.

El primero fue la posibilidad de conseguir contenedores. Mucho de los contenedores se quedaron varados en China porque no hubo carga de retorno y eso dificultó el flujo comercial.

Otro problema fue que algunas navieras establecieron nuevas rutas o flujos de transporte, incrementando los números de días para llegar a Japón. Normalmente la palta ingresaba al mercado japonés entre 24 a 28 días desde que zarpaba del Callao. “Este año hemos encontrado que han ingresado hasta con 40 días. Eso, obviamente, complica el proceso de ingreso de la palta al mercado japonés”, afirmó Valderrama.



# DESPIDE EL AÑO POR LO ALTO CON ESTE ¡COMBO DE LOCURA!



**MASSEY  
FERGUSON 2635**  
75 CV + Turbo  
+ Inversor de marcha  
TDF Independiente + Techo.



**ARADO DE  
3 DISCOS**  
TATU Marchesan  
AR PR 3



**REPUESTOS  
DEL TRACTOR**  
para las primeras  
100 horas



STOCK LIMITADO



ENTREGA INMEDIATA

LLÉVATE TODO POR  
**\$35,000.00**

INCLUIDO IGV

ADQUIÉRELO AQUÍ

Términos y condiciones: Entrega inmediata. Stock limitado. Promoción válida hasta el 31 de diciembre del 2021 o hasta agotar stock.

**Ferreyros CAT**

UNA EMPRESA FERREYCORP



Sara Viñas, representante de Genetsis en China

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

## CHINA: HAY MUCHO MERCADO POR EXPANDIR

*Desde julio pasado hasta las primeras semanas de noviembre Perú desarrolló una intensa campaña de promoción del consumo de palta peruana en China. La agencia española Genetsis, especializada en marketing digital, estuvo a cargo. Su objetivo se centró, por un lado, en crear y construir la imagen de marca de la palta peruana en China y, por otro lado, educar e instruir al público en el consumo de este fruto.*

**S**ara Viñas, representante de Genetsis en China, dijo que con la campaña online que realizaron con influencer chinos se ha llegado a más de cuatro millones de personas, un resultado muy positivo; además, para la compañía lo más importante ha sido la transmisión del mensaje de calidad y confiabilidad de la palta peruana entre el público objetivo chino, al cual llegaron a través de actividades en redes sociales y también presenciales.

Los públicos a los que se dirigió la campaña fueron todos

los socios de Perú: los compradores mayoristas e importadores o público B2B y, por otro lado, el consumidor final. En este último se establecieron tres públicos principales: madres, fijadores de tendencias y amantes del deporte, quienes comparten el interés por un estilo de vida saludable y nutrición.

“Hemos tenido buena acogida, buen alcance a nivel de creación de relaciones con partners chinos, y gran colaboración de instituciones locales de Perú que han ayudado a ProHass a establecer conexiones con entidades de alto nivel chinas. Creemos que ProHass debe continuar con estas actividades para fortalecer la posición de la palta peruana en el mercado chino. Se debe educar y hacer conocer el producto peruano porque hay mucha imagen de palta de otros países competidores. Pero hay mucho a donde llegar, hay mucho mercado por expandir”, aseguró.

### CAMPAÑA ONLINE Y OFFLINE

Sara Viñas explicó que la campaña de promoción de palta que se desarrolló en China tuvo un componente online y offline, o sea, hubo actividades puramente digitales y otras actividades en el canal físico.

Dentro de las digitales estuvieron las actividades con influencer que cuentan con especial relevancia puesto que más del 49% de consumidores chinos se fían de la opinión de los influencer para hacer sus compras.

Previamente, para lograr la imagen de la marca Palta Peruana se creó toda la línea de diseño, logo de la campaña y el slogan de la campaña “Palta, nueva vida” para transmitir la idea de una vida saludable al consumidor. Luego se crearon unas etiquetas redondas que iban en todos los paquetes de palta.

“Todas las actividades que se han hecho dentro de la campaña llevan ese logo. De tal manera que, cuando el consumidor vaya al supermercado o a cualquier lugar y vea esa etiqueta, inmediatamente relaciona la etiqueta con el sello de calidad de la palta de Perú y todas las acciones y mensaje de la campaña”, señaló.

Dentro de las acciones offline, explicó que se llevaron 152 actividades en supermercados todos los fines de semana. Para ello se escogió ciudades importantes como Shanghai, Pekín y Cantón, aunque también se realizaron en otras consideradas como secundarias para llegar a un mayor público.

Otra estrategia fue aliarse con tres marcas internacionales reconocidas en China y organizar actividades conjuntas. “Aprovechamos su posicionamiento y la asociación con la calidad que tienen las marcas para unirnos a ellas y enfocar también la palta peruana como un producto de calidad”, agregó.

También asistieron al Camplus, en Pekín. “Camplus es una asociación de todos los deportes que estén relacionados con el outdoor, el montañismo, la escalada, etc. Ellos cada cierto tiempo realizan unas acampadas con stands y diferentes actividades. Para esta actividad nosotros montamos un stand propio de Avocados de Perú donde hubo festín de palta e información de cómo podían comerla, recetas, etc.”, contó.

Señaló también se organizó un taller de cocina en el stand de Li-Ning, la empresa deportiva china más conocida, e hicieron platillos con palta de Perú. Tanto Camplus como Li-Ning incluyeron en sus redes a Avocados de Perú para dar difusión a las actividades realizadas.

La campaña también incluyó la participación en eventos organizados por los consulados peruanos en Shanghai y Guangzhou, así como la embajada en Pekín.



## GRAN ACOGIDA

La representante de Genetsis indicó que la acogida ha sido muy buena. Por ejemplo, en la campaña de supermercados no solo se dio a conocer la palta peruana, sino que se recogió la opinión del consumidor y se conoció el tipo de consumidor de la palta en China. “Hubo perfiles de gente que no lo habían probado nunca. Lo veían en el mercado, pero no sabían cómo se comía ni la habían probado antes”, relató.

“El consumidor chino es exigente en cuanto a la calidad, pero también muy preocupado por la parte visual de la palta. Es algo que también hemos intentado educar en esta campaña. Al consumir chino le gusta la fruta bonita. Es algo difícil de trabajar. Hay mucho desconocimiento en los compradores de los mercados. Hemos intentado educar mucho sobre eso”, agregó.



## “EL CONSUMIDOR CHINO ES EXIGENTE EN CUANTO A LA CALIDAD, PERO TAMBIÉN MUY PREOCUPADO POR LA PARTE VISUAL DE LA PALTA”

### RETOS DE LA PALTA EN CHINA

En opinión de la directora de campaña de Genetsis, Sara Viñas, uno de los principales retos que tiene la industria de la palta peruana es asegurar que el producto llegue con buena calidad a destino.

“El transporte marítimo lo está dificultando mucho, especialmente en los últimos pedidos. A los distribuidores hay que darles calma dándoles a conocer que hay un control de calidad durante toda la cadena logística, desde que sale la palta de Perú hasta que llega a China”, comentó.

“Lo bueno que tiene la palta peruana es que ProHass establece sistemas de calidad y control para todos sus envíos, que es lo que les da aquí (en China) la seguridad de que el producto llega en buenas condiciones. Lo que pasa es el transporte marítimo es uno de los principales retos que están afrontando los importadores. Está afectando no solo a Perú”, remarcó.

## STIMPLEX-G®: CALIDAD ANTE TODA ADVERSIDAD

Las plantas experimentan desgaste como consecuencia de distintos factores externos (abióticos y bióticos). Dicha situación genera daños en su crecimiento, así como en el desarrollo de la flor y del fruto, además que compromete la supervivencia de la planta. Una planta en malas condiciones utiliza su energía en resolver el problema que enfrenta. Energía que podría haberse utilizado en desarrollarse. Las plantas que atraviesan esta situación pueden desarrollar prematuramente cultivos que estén lejos de la calidad óptima buscada en el mercado, arruinando así una buena cosecha. En caso contrario, una planta con los compuestos necesarios es más propensa a crecer de manera uniforme y ofrecer los mejores resultados para un mejor rendimiento del negocio.

### ¿Cómo soluciono el desgaste en mi planta?

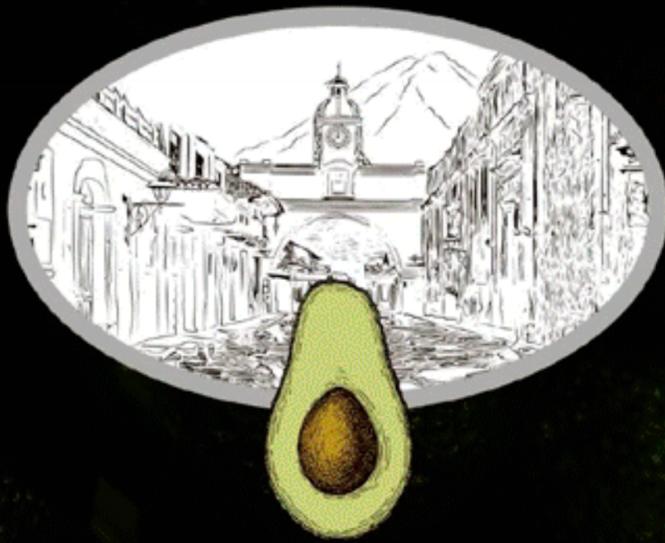
Las algas marinas están perfectamente adaptadas a situaciones desafiantes. Estos organismos producen diferentes compuestos relacionados que son esenciales para su supervivencia en estos entornos difíciles. El alga marina más ampliamente investigada y utilizada como fuente de bioestimulantes de plantas industriales y comerciales, es el alga marrón intermareal *Ascophyllum nodosum* debido a que es propensa a la naturaleza extrema de temperaturas, salinidad y luz.

Stimplex-G® es un producto fabricado en base a *Ascophyllum nodosum*, un bioestimulante formulado con extractos de algas marinas, que promueve la producción natural de citoquininas y auxinas. Se recomienda en frutales, hortalizas y cultivos en general como parte de un programa nutricional diseñado para optimizar cada proceso fisiológico de la planta. Esto tiene la finalidad de maximizar la producción y calidad de los frutos.



### ¿Qué beneficios nos trae?

Stimplex-G® está aprobado para uso en agricultura orgánica y permite mayor tolerancia a entornos difíciles gracias a que regula los procesos hormonales dentro de la planta. Este producto incrementa también las proteínas que regulan el movimiento del agua a través de las membranas en las células. Sus macro y micronutrientes acompañan a la planta durante la floración y llenado de frutos, ayudando a enfocar su energía en un correcto crecimiento para una mejor cosecha. Al mejorar la floración, este producto ayuda a obtener un incremento en el rendimiento de palto, así como también mayor calibre de la fruta.



## VI CONGRESO LATINOAMERICANO — DE AGUACATE —

# PERÚ SERÁ SEDE DE VII CONGRESO LATINOAMERICANO DE LA PALTA 2025

*Perú no solo tiene un prestigio ganado como exportador de la palta Hass en el espectro mundial, sino también como generador y fomentador de conocimiento técnico y científico del cultivo del palto logrado a través de importantes congresos internacionales organizados exitosamente por ProHass.*

**P**recisamente, esta experiencia y el buen momento por el que está pasando la industria peruana, tanto a nivel técnico como comercial, fueron los principales motivos por el cual en el VI Congreso Latinoamericano del Aguacate, realizado del 9 al 12 de noviembre de este año en la ciudad de Antigua, Guatemala, se designó al Perú como sede del siguiente cónclave de la industria de la palta en América Latina.

Es decir, Perú será sede del VII Congreso Latinoamericano de la Palta en el año 2025 y estará a cargo

de la Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú (ProHass). La sede será la ciudad de Trujillo.

### **PARTICIPACIÓN PERUANA**

Pese al estado actual que vivimos en el mundo a causa de la pandemia por la COVID-19, al evento latinoamericano de la palta en Guatemala asistieron cerca de 500 participantes, de los cuales 350 lo hicieron presencialmente y los restantes en forma virtual.

Durante los tres días del congreso se realizaron más de 50 confe-

rencias internacionales de expertos de México, Colombia, Perú, Chile, España y el país anfitrión: Guatemala.

Por parte de la delegación peruana participaron como ponentes el Director de ProHass Michael Horney, además del ex jefe del SENASA, Jorge Barrenechea, Sharon Tadey y Víctor Escobedo del Departamento Técnico de ProHass, asimismo Sandra Salcedo, Lissette Graterol, Vanessa Gutiérrez y Christian Riega, representantes de diversas empresas relacionadas a la agroindustria de la palta peruana.

Fueron nueve exposiciones pe-

ruanas, cuatro de ellas a cargo de ProHass, en donde se mostraron los principales trabajos de investigación realizados en el país en beneficio de la productividad y calidad de la palta peruana.

El Congreso Latinoamericano de la Palta es el evento más importante de la región, donde se reúnen los principales actores de la cadena productiva de este rubro agroexportador; investigadores, técnicos, productores, exportadores e importadores, quienes presentan e intercambian sus experiencias, resultados, innovaciones, investigaciones y casos de éxito relacionados con el cultivo de la palta en esta parte del continente.

La primera edición fue en México en el 2001 y se ha realizado de forma consecutiva cada cuatro años cambiando de sede.



### **EXPERIENCIA EN CONGRESOS**

El primer reconocimiento internacional a la industria de la palta peruana, su destacada actividad agroexportadora y calidad del fruto, se dio en setiembre del 2011 durante el VII Congreso Mundial realizado en la ciudad de Cairns (Australia).

En esa oportunidad, por decisión mayoritaria se eligió al Perú como país anfitrión del VIII Congreso Mundial de la Palta, el cual fue organizado por ProHass en el 2015 con gran éxito que se reflejó con la asistencia de más 1,600 participantes y delegaciones de 26 países productores.

Esta gran experiencia permitió que en el año 2018 ProHass organizara en nuestro país el 1er. Congreso Internacional de la Palta, evento técnico y científico donde se dio a conocer los principales avances y actualizaciones que buscan mejorar la producción y calidad del cultivo de la palta. Concurrieron más de 300 participantes entre asociados, técnicos, productores, y miembros del sector tanto nacionales como extranjeros.

En el año 2020, ProHass organizó exitosamente el 2do. Congreso Internacional de la Palta, pero debido a la pandemia fue en formato virtual.

CORPORACIÓN LITEC

## TECNOLOGIA H30: EL ATOMIZADOR INTELIGENTE PARA UNA CORRECTA APLICACION

Corporación Litec ha ingresado al mercado peruano, desde este año, con el sistema inteligente de aplicación para Atomizadores H30, desarrollado y patentado por la española Pulverizadores Fede, que permite mayor eficiencia, mejor control y a la vez generar ahorros. Esta tecnología puede ser monitoreada desde una Tablet y la nube mediante una plataforma.



“Lo que queremos con este sistema es ayudar al agricultor a que tenga un mejor control de plagas y logre generar ahorros. La reducción del uso de agroquímicos es una tendencia en la Unión Europea, donde cada año las restricciones son mayores”, agregó Li.

Manifestó que H30 facilita la producción ecoeficiente e innovadora de cultivos de alto valor y su incorporación mejora la rentabilidad de las empresas agrícolas, tanto como por el gran valor de los datos registrados y digitalizados del trabajo en campo, que permitirán analizar y conocer las incidencias durante el trabajo de los equipos en campo para la toma de decisiones agronómicas y empresariales.

Li también destacó la mejora de la seguridad agroalimentaria con la obtención de trazabilidad real de todos los tratamientos realizados

Vladimir Miñano, líder técnico de Corporación Litec, comentó que el sistema de control opera gracias a los datos que se introducen manualmente en una tablet Protegida o mediante la plataforma SCP desde una computadora. “La información servirá para que el sistema haga un cálculo rápido que garantice la distribución eficiente y la aplicación de dosis adecuadas del producto”, señaló tras indicar que la calibración dependerá de las necesidades del cultivo.

Aseguró que la plataforma puede identificar por qué lotes pasó la pulverizadora, ya que se trabaja con GPS, además brinda información del volumen, presión, velocidad y otros valores con los que lleva el operador la máquina para un correcto control de la labor.

**E**l gerente general de Corporación Litec, Juan Carlos Li, aseguró que con H30 se puede ahorrar un 25% del uso de agroquímicos y reducir casi un 50% de la deriva. Explicó que, con esta tecnología desarrollada por la empresa Pulverizadora Fede, se busca reducir el uso de pesticidas y ser más eficiente promoviendo un sistema sostenible en producción de alimentos.

**LITEC**  
Soluciones para la agricultura

## ¡Ahora en Cosecha!

### Contamos con las mejores Soluciones para Paltos

#### PREPODADORA DE DISCOS ARBOLEADOS

Prepodadora reforzada polivalente de discos articulados aptas para cortes laterales y de copas en plantaciones de frutales tradicionales.



PLATAFORMA ELEVADA



PREPODADORA DE DISCOS ARBOLEADOS



TRITURADORA TRS

Síguenos en:



Calle Los Aymaras 189  
Santiago de Surco - Lima

980898346

informes@litecperu.com

www.litecperu.com

# ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA VIDA DE POSTCOSECHA DE PALTAS HASS PRE-MADURADAS

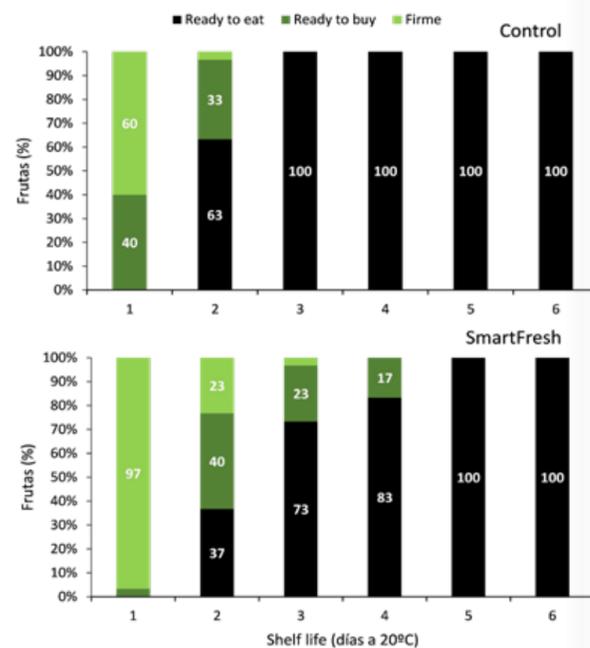
El Ing. Agrónomo, Dr. Daniel Manríquez Becerra, director de Investigación y Desarrollo para las Américas – AgroFresh, nos comenta cómo mejorar la vida de postcosecha de paltas Hass en los mercados de destino luego del proceso de pre-madurado

## IMPLEMENTANDO SOLUCIONES

Como AgroFresh, hemos estado trabajando en el desarrollo de alternativas para mejorar la vida de postcosecha de paltas Hass pre-maduradas. En este sentido hemos implementado soluciones usando dos de las herramientas con las que contamos en nuestro portafolio.

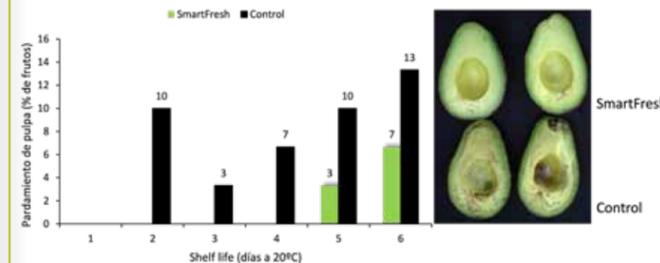
La primera, es el uso de SmartFresh (1-MCP), un inhibidor de la acción de etileno. En nuestros ensayos hemos observado que la aplicación de SmartFresh inmediatamente después de terminado el proceso de pre-madurado, reduce significativamente el metabolismo de las frutas, lo que determina una menor tasa de ablandamiento y desarrollo de pardeamientos internos senescentes de la pulpa (Figuras 1 y 2).

Figura 1: Efecto del SmartFresh



Porcentaje de frutas (%) en diferentes estados de firmeza de pulpa: Fruta firme (>10 lbf), Ready to buy (5-10 lbf) y Ready to eat (<5 lbf), durante una simulación de comercialización a 20°C ("shelf life").

Figura 2. Efecto del SmartFresh en el desarrollo del pardeamiento senescente

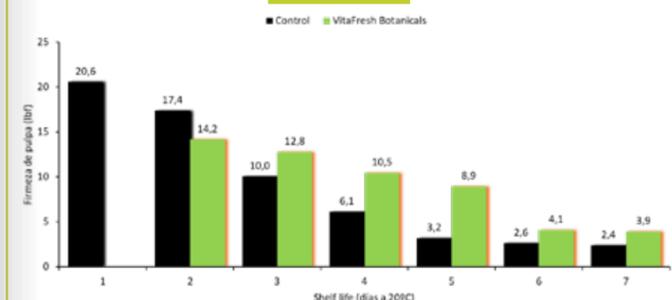


Porcentaje de frutas (%) con desarrollo de pardeamiento de pulpa senescente, durante una simulación de comercialización a 20°C ("shelf life").

La segunda, es el uso de recubrimientos de nuestra línea plant-based, VitaFresh Botanicals, los cuales aplicados inmediatamente después de terminado el proceso de maduración han mostrado tener un efecto en la prolongación de la vida de postcosecha de los frutos, observándose una retención en la firmeza de pulpa, menor pérdida de peso (%) y una mejor condición interna de la pulpa en los frutos aplicados con VitaFresh Botanicals (Figuras 3 y 4; Foto 1).

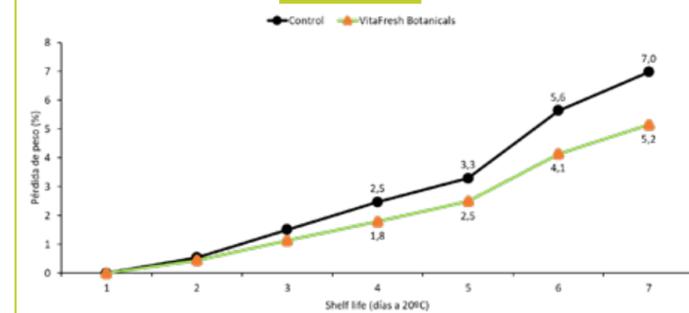
La combinación de ambas tecnologías, con el objetivo de conseguir un efecto sinérgico de ambas herramientas y poder dar así más flexibilidad a los maduradores y comercializadores, es algo en lo que seguimos trabajando.

Figura 3.



Evolución de la firmeza de pulpa (lbf), durante una simulación de comercialización a 20°C ("shelf life").

Figura 4.



Pérdida de peso (%), durante una simulación de comercialización a 20°C ("shelf life").

Foto 1



Apariencia interna de las frutas, durante una simulación de comercialización a 20°C ("shelf life").

Para saber más: [www.agrofresh.com](http://www.agrofresh.com)

**VitaFresh™  
Botanicals**  
Plant-based solutions by AgroFresh



## ULTRASOL®INE K+PLUS: NUTRICIÓN BALANCEADA ASEGURA UN SUMINISTRO ADECUADO DE YODO EN LA SOLUCIÓN NUTRITIVA.

El gerente de Desarrollo Técnico de SQM VITAS, Ing. Edgar de la Cruz Huertas, dijo que la aplicación de Ultrasol®ine K+Plus asegura, de manera conveniente y adecuada, el suministro de yodo dentro del nitrato de potasio, a los cultivos fertirrigados para maximizar el rendimiento y la calidad del fruto, y mejora la resistencia de las plantas al estrés ambiental.

Indicó que están trabajando en distintos cultivos, con la finalidad de validar el producto Ultrasol®ine K+Plus bajo las condiciones locales y en distintas regiones del país, tanto en frutales como hortalizas, teniendo, en una primera etapa de investigación, resultados cuantitativos en cultivos como paltas, uvas, arándanos, cebollas. “Para el 2021 ya tenemos resultados de los cultivos mencionados con seguimiento de dos temporadas y ventajas comparativas de nuestro Nitrato de Potasio Ultrasol®ine versus el nitrato de potasio convencional”, añadió.

### BENEFICIOS

De la Cruz afirmó que los principales beneficios que logra este producto son: crecimiento de raíz, una mejor conversión de nitrógeno, y un mejor crecimiento de la planta. “Esto genera una fotosíntesis óptima, mejora la floración y calidad de fruta, al final de la temporada vemos una planta equilibrada”, agregó.

Anotó que Ultrasol®ine K+Plus es un componente indispensable en programas de nutrición balanceados para la fertirrigación de cultivos, en campo definitivo o maceta. La forma de aplicación es la misma que un nitrato de potasio convencional.

Desde el 2009 SQM apoya a científicos en la investigación del rol del yodo en las plantas, en el 2018 SQM VITAS Perú ingresó al mercado nacional el producto Ultrasol®ine K+Plus, un componente indispensable en programas de nutrición balanceados para la fertirrigación de cultivos. Se iniciaron los desarrollos en palto dando como resultado el mejoramiento del calibre de la fruta y una uniformidad del fruto en cosecha.

### SERVICIO POST VENTA

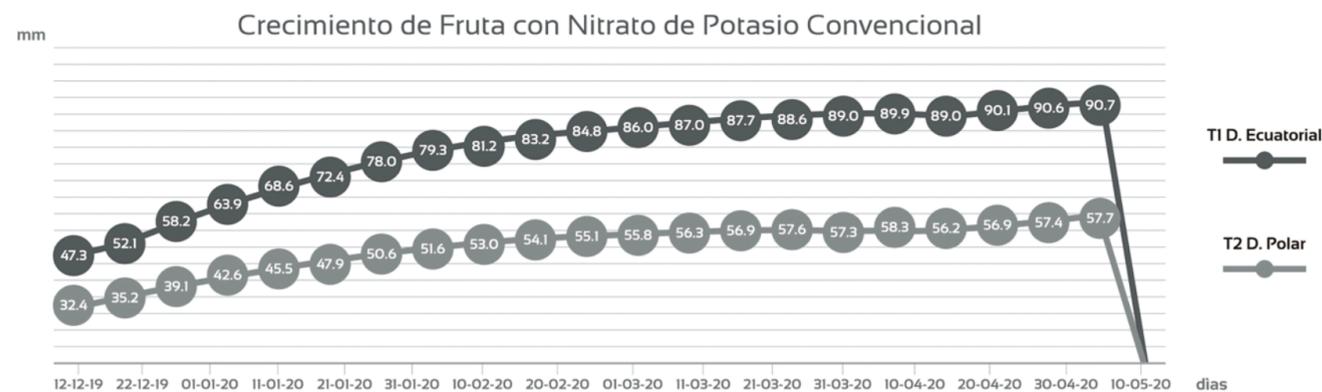
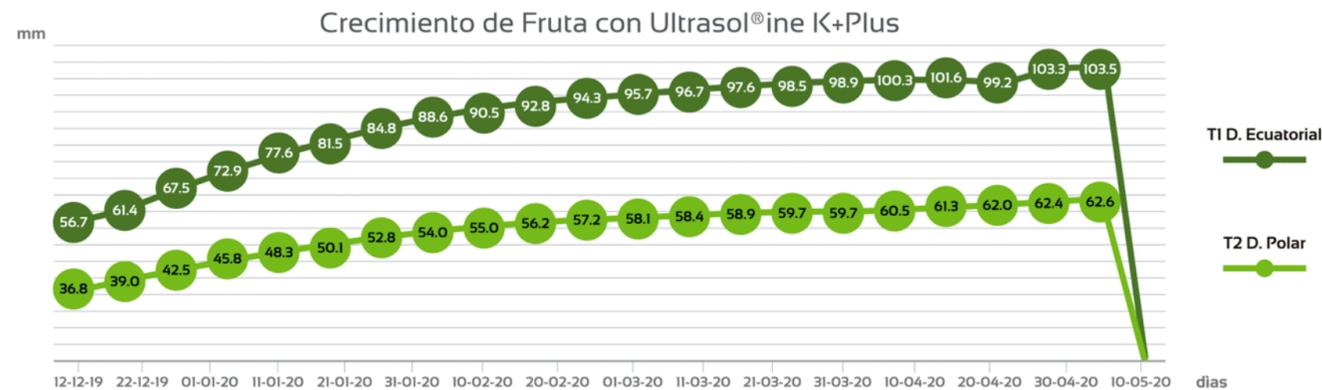
Indicó que tienen una metodología de trabajo y seguimiento analítico del cultivo, además de los ensayos y desarrollos logrados, siempre tienen un acompañamiento de servicio post venta con un equipo técnico y comercial a nivel nacional.

Para conocer más sobre Ultrasol®ine K+Plus comunicarse a: [spn-peru@sqm.com](mailto:spn-peru@sqm.com)

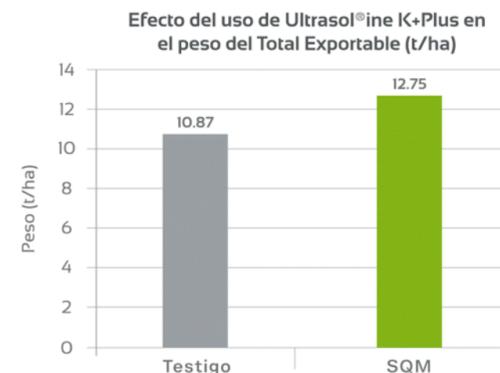


## Mayores Rendimientos en Palto con **Ultrasoline K+Plus**

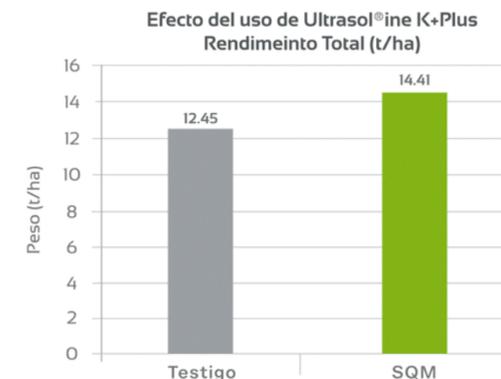
### + Mayor tamaño de diámetro Polar y Ecuatorial



### + Más frutos exportables 17% más



### + Mayor rendimiento total 16% más



Ver testimonio

SQM VITAS Perú  
Tel: (511) 611 2121  
[spn-peru@sqm.com](mailto:spn-peru@sqm.com)



[www.sqm-vitas.com](http://www.sqm-vitas.com)



EL MOHO PEDUNCULAR DE LA PALTA Y SU CONTROL.

## CONTROL ORGÁNICO CON EL SISTEMA CITROCIDÉ® PALTA

**E**l moho peduncular aparece en palta durante su almacenamiento y transporte, manifestándose con mayor virulencia a su llegada a destino durante la distribución de los frutos. Sobre la madera del pedúnculo se produce el crecimiento de hongos saprófitos.

Este se manifiesta como un moho algodonoso, blanco, más o menos grisáceo, o incluso negruzco (Figura 1). Esta patología no suele afectar internamente a la fruta, es mas bien un problema estético de calidad, si bien algún autor considera que podría tratarse de un síntoma previo a la aparición del “Stem end

rot” de la palta.

En cualquier caso la relevancia económica del mismo es elevada. Cuantos más frutos afectados en destino mayor suele ser el monto de la reclamación. Es un problema que no se detecta en origen, se desarrolla durante el transporte.



Figura 1. Diversos aspectos que tiene el moho peduncular en palta, moho algodonoso blanco (a), o negruzco (b).

### El control del moho peduncular de la palta

Siendo el problema causado por hongos saprofitos, hemos identificado *Alternaria* sp y *Cladosporium* sp y otros investigadores también *Botrytis* sp, *Colletotrichum* sp y *Lasiodiplodia* sp, las medidas de higiene tanto en campo como en los packings son importantes. Pero la relevancia económica del problema aconseja implantar medidas de control más eficaces.

Se aplican tratamientos con el fungicida Procloraz con eficacias elevadas, pero esta aplicación impide la exportación a algunos países, entre ellos USA, en los que su LMR (Límite Máximo de Residuos) está en Límite de Detección. Al mismo tiempo se espera próximamente la prohibición del Procloraz en la Unión Europea. Ante esta situación Citrosol lleva unos años investigando la utilización de nuestro Sistema Citroside® Palta para el control del moho peduncular. En 2018 iniciamos los ensayos y en el momento actual podemos afirmar que con la implementación del Sistema Citroside® Palta logramos el control del moho peduncular.

El Sistema Citroside® Palta es una alternativa muy eficaz para el control del moho peduncular, sin ningún problema de residuos en ningún país receptor de la palta ya que el Citroside PC que se aplica en el Sistema no deja residuos. A continuación resumimos los resultados obtenidos comparando su eficacia con la desinfección con Cl activo y con la aplicación de Procloraz, en tests semi-industriales realizados en Perú y Chile. Presentamos los resultados en la Tabla 1. Mientras que el Procloraz controla con un 79% de eficacia la aparición de moho peduncular el Sistema Citroside® Palta incrementa la eficacia hasta el 84%.

Tabla 1. Resumen de resultados obtenidos con el Sistema Citroside® Palta en el control del moho peduncular comparado con la utilización de Procloraz, y con una desinfección de la palta con 200 ppm de Cloro activo. Los resultados son la media de los tests realizados con 4 lotes de fruta. Los resultados se obtuvieron a los 40 días de almacenamiento frigorífico a 5-6°C.

Tratamiento	% de frutos con moho peduncular	% Eficacia en el control del moho peduncular
Frutos control sin tratamiento	97	-
Procloraz	20	79
200ppm de Cl activo (ClONa)	96	0
Sistema Citroside® Palta	15	84

Finalmente presentamos en la Figura 2 los resultados obtenidos en test realizado en condiciones industriales en un packing de Perú este pasado Septiembre. Este packing tiene instalado un Sistema Citroside® Palta en el que se aplico el Citroside® PC al 0,7%. Los resultados arrojan una eficacia del Sistema superior al 80% con menos de un 20% de frutos afectados en un periodo de 29 días de almacenamiento frigorífico a 5°C; a los 29 días todos los frutos no lavados en el Sistema habían desarrollado moho en el pedúnculo, del mismo modo que el tradicional lavado en línea con jabón tampoco tuvo ninguna eficacia. Es destacable que estos resultados se obtuvieron con una partida que llegó al almacén bastante sucia.

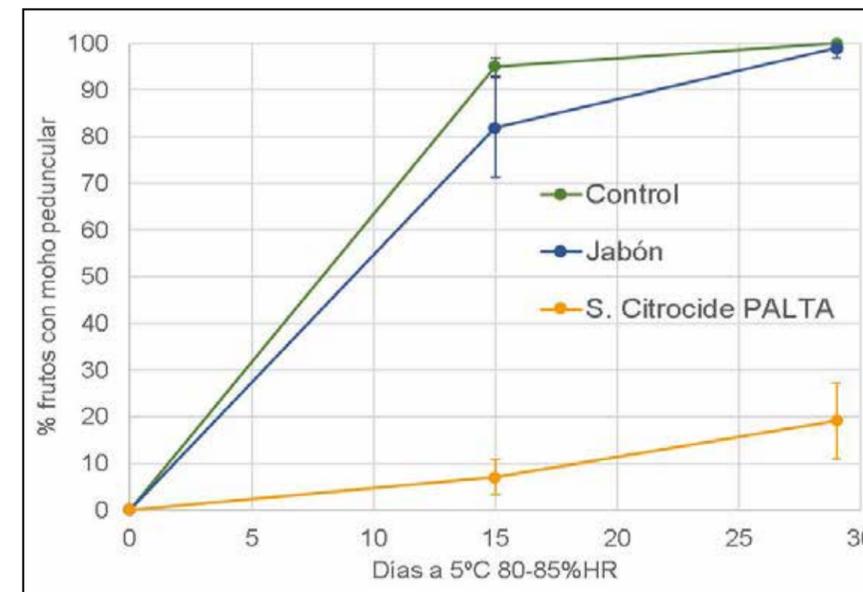


Figura 2. Evolución del moho peduncular en palta cv. Hass sometido a diversos tratamientos (Perú, Sept. 2021)

Siendo el Sistema Citroside® Palta una garantía de Seguridad Alimentaria, que elimina todas las bacterias coliformes y mohos de la superficie del fruto (resultados presentados en esta revista en Marzo 2021), ahora vemos como el Sistema Citroside® Palta tiene gran eficacia en la mitigación, incluso en el control del moho peduncular.

El tratamiento con Citroside® PC no deja ningún tipo de residuo en la fruta. Está certificado como insumo para agricultura ecológica de acuerdo a la Normativa Europea REG (EC) 834/2007.

# DOBLAMOS LA VIDA COMERCIAL DE LA PALTA

Control del  
necrosamiento  
de la pulpa

Mejora  
radical para  
la seguridad  
alimentaria

Control de  
la pérdida de  
peso y de  
la firmeza

Control  
del moho  
peduncular



El lavado higiénico que se consigue con el **Sistema Citrocide® Palta** supone una mejora radical para la seguridad alimentaria, al eliminar la contaminación superficial del fruto. La lavadora se convierte en un Punto de Control Crítico, evitando contaminaciones cruzadas. Este sistema reduce la incidencia de moho peduncular de manera drástica, incluso después de 40 días, esto permite llegar a destinos lejanos sin pérdidas postcosecha.

El recubrimiento **Citrosol® A K Paltas UE** dobla la vida útil del fruto, controlando el necrosamiento interno de la pulpa consecuencia del daño por frío que puede aparecer durante su transporte y almacenamiento. Reduce la pérdida de peso, mantiene la firmeza y no interfiere en el cambio de color natural del fruto durante la maduración.

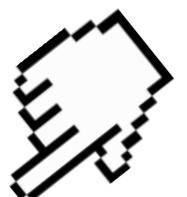


@Citrosol\_com



CITROSOL

**CITROSOL**  
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS



www.citrosol.com  
info@citrosol.com