



EXPORTACIONES CAERÁN EN MÁS DEL 10%

A poco de culminar la campaña 2023-2024, PROVID confirmó su proyección de noviembre: las exportaciones de uva de mesa peruana caerán en más del 10%, debido a la baja productividad de los viñedos a causa de los problemas climatológicos



MERCADOS

Lanzan campaña de promoción comercial de la uva de mesa en Japón

LOGÍSTICA

Beneficios de la exportación directa de la uva de mesa desde el Puerto de Paracas

SOSTENIBILIDAD HÍDRICA

Preserva la calidad y la productividad de la uva de mesa

Bioamino-L®
ACTIVADOR
BIOLÓGICO DEL SUELO



CONOCE
NUESTROS BENEFICIOS

Materia orgánica líquida.
Relación C/N 3:1.

Alto contenido de polipéptidos
Estimula el crecimiento radicular,
generando raíces nuevas,
activas y sanas.

Activador biológico de los
microorganismos del suelo o
aplicados (Trichodermas, Bacillus,
Micorrizas entre otros).

Mejora la condiciones físicas
(Estructura) y Químicas (CIC)
acondicionando los suelos.

Mejora el Vigor y Vitalidad de
las plantas frente a condiciones
de Estrés por Temperatura,
Salinidad, Sequía.

**Biofertilizante, contenido de Macro
y Micronutrientes** que mejoran el
potencial genético de las plantas
(Rendimiento y Calidad) mineral.



DISTRIBUIDO POR:



CONTACTANOS



MASSEY FERGUSON



3307 Xtra

**Tu aliado para impulsar
tu productividad y
eficacia en el campo**

3308 Xtra

**El tractor con capacidad de
levantar más óptimo para
los trabajos pesados**



CONTENIDO

05



RETORNAREMOS A LA SENDA DEL CRECIMIENTO

La uva de mesa sufrió un duro revés en la campaña 2023-2024, ocasionado por los fenómenos climatológicos. El Niño Costero y el Niño Global estarían acabando en marzo y abril próximo, lo cual nos hace ver con optimismo la recuperación de la industria para la campaña 2024-2025.

06



CAMPAÑA COMO PARA NO RECORDAR

El fenómeno El Niño, tanto Costero como Global, ha originado que la campaña 2023-2024 sea recordada como la segunda de mayor caída de la industria de la uva. La primera fue en el 2017 y fue por el mismo motivo.

10



EXPORTACIONES CAERÁN EN MÁS DEL 10%

A poco de culminar la campaña 2023-2024, PROVID confirmó su proyección de noviembre: las exportaciones de uva de mesa peruana caerán en más del 10%, debido a la baja productividad de los viñedos a causa de los problemas climatológicos.

18



BENEFICIOS DE LA EXPORTACIÓN DIRECTA DESDE EL PUERTO DE PARACAS

La exportación directa de la uva peruana a los mercados internacionales, desde el Puerto de Paracas, ha logrado importantes beneficios para los agroexportadores del sur del país mejorando su competitividad.

35



SOSTENIBILIDAD HÍDRICA Y EL CULTIVO DE LA UVA DE MESA

El agua es el eje central del desarrollo sostenible y su gestión es fundamental para el sector agrícola, puesto que consume el 70% del total de los recursos hídricos en la producción de alimentos.

38

LÍDERES UNIVERSITARIOS CONOCIERON LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE LA UVA DE MESA PERUANA

Centro de Altos Estudios Económicos (CAENE) busca acercar al estudiante universitario, que está por acabar su carrera, a la realidad de las empresas y gremios del sector privado del país.

41

LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN COMERCIAL DE LA UVA DE MESA EN JAPÓN

La ceremonia de lanzamiento de la campaña de promoción de uvas de mesa a Japón fue organizada por PROVID, Promperú y ADEX.

44

NUEVO REGISTRO DE TRIPS COMO PLAGA IMPORTANTE EN UVA DE MESA

Los trips constituyen un grupo variados de insectos pequeños. En el año 2021, se detectó en Piura una especie de trips muy agresivo por sus daños en los brotes de uva de mesa, interesante estudio por el Ing. Manuel Bravo Calderón.

EDITORIAL

RETORNAREMOS A LA SENDA DEL CRECIMIENTO

A l igual que la mayoría de los productos agrícolas, especialmente frutícolas, la uva de mesa sufrió un duro revés en la campaña 2023-2024 y como se estimó en noviembre pasado, estamos por terminar la campaña con una caída superior al 10% con respecto a los 71.4 millones de cajas de 8.2 kilos que logramos exportar en la temporada anterior. La causa principal: los daños ocasionados por los fenómenos climatológicos.

Pero ya se ve la luz al final del túnel. El Comité EN-FEN, en su último informe, ha señalado que el Niño Costero y el Niño Global estarían terminando en marzo y abril próximo, lo cual nos hace ver con optimismo la recuperación de la industria para la campaña 2024-2025.

Y esto ya ocurrió antes. Perú experimentó una caída similar en el 2017 también por el Niño Costero. Fue muy duro, pero igual nos supimos sobreponer y rápidamente volvimos a recuperar el crecimiento que

nos acompañó hasta la campaña pasada. Esto es un indicador importante de que nuestra industria de la uva es madura, pujante, moderna, eficiente, con una fruta de gran calidad, que ya ha sabido levantarse una vez y lo hará nuevamente.

Para ello necesitamos la participación de todos: productores, exportadores, proveedores, es decir de toda la cadena agroexportadora. Lo que hemos sufrido en esta temporada es un descenso de los rendimientos del cultivo por hectárea, debido a ciclos productivos más cortos, que afectaron la fenología y el proceso productivo de la fruta. No hemos sufrido una reducción de áreas de consideración, al menos teniendo como base la información con la que disponemos hasta el momento; el recambio varietal debe continuar vigoroso, tenemos excelentes procesos y tecnologías de punta. Volteemos la página y retomemos la senda del crecimiento y mantengamos el reconocimiento internacional.

Presidente

Manuel Enrique Yzaga Dibós

Vicepresidente

Guillermo Alejandro León Arámbulo

Secretario

Gabriel Noboa

Tesorero

Carlos Mauricio Arias Peña

Vocales:

Lionel Francisco Arce Orbegoza

Rafael Cilloniz

Andrés Juan Jochamowitz Stafford

José Antonio Castro Echeopar

Mariano Rodríguez Pérez

Gerente General

Alejandro Cabrera Cigarán

Gerente de Operaciones:

Leylha Rebaza García

Dirección:

Calle 21 N° 713 – Int. 205

Urb. Corpac – San Isidro

Lima – Perú

Teléfono:

475 – 1756

Edición

Integra Comunicación Corporativa S.A.C.

Cl. Nevado Huascarán 182 - La Molina

providdigital@provid.org.pe

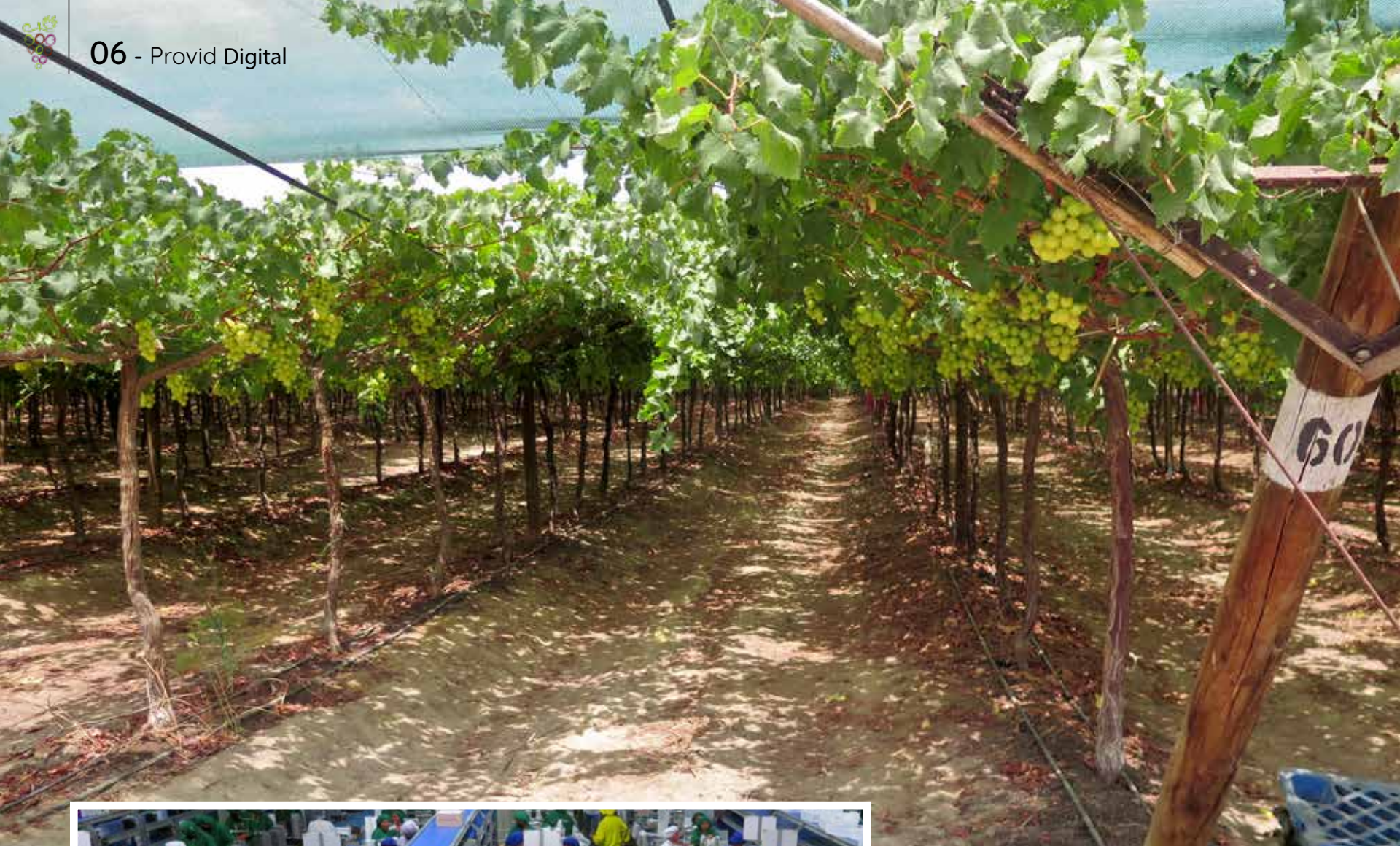
Febrero - 2024

Editor General

Victor Limas Garragati

Coordinador General

César Gerardo Gallegos



“TRAVESURAS” DEL NIÑO CAMPAÑA COMO PARA NO RECORDAR

El fenómeno El Niño, tanto Costero como Global, ha originado que la campaña 2023-2024 sea recordada como la segunda de mayor caída de la industria de la uva de mesa peruana. La primera fue en el 2017 y fue por el mismo motivo. Estamos descendiendo en más del 10% en comparación con el resultado de la temporada anterior que fue de 71.4 millones de cajas de 8.2 kilos.

Si bien esta caída ya fue pronosticada en noviembre pasado, no podemos dejar de volver a resaltar los motivos detrás de este gran descenso de la productividad ocasionado principalmente por el exceso de fuertes lluvias y las altas temperaturas, especialmente en el norte del país, lo que ha acortado el proceso productivo del cultivo, reduciendo ciclos y haciendo que la fruta esté lista más rápido para cosecharse, y claro, todo esto finalmente impactó en términos de rendimientos.

Los más afectados fueron, sin duda, los cultivos de uva de mesa en el norte del país, especialmente en Piura y Lambayeque, donde se registró una caída del 31% a la semana 4 de la campaña, en comparación con la misma semana del año pasado.

Lo contrario ocurrió en el sur donde se registró una mayor cantidad de envíos en un 82% en el mismo lapso de tiempo. Pero eso es porque estamos actualmente con una campaña adelantada en alrededor de 20 días, y además, por estas mismas fechas, en la temporada pasada, se habían tomado las carreteras en Ica que imposibilitaron cosechar y exportar.



RIESGOS FITOSANITARIOS

Además de la baja en la producción, también se monitorearon la presencia de plagas, hongos, bacterias e insectos que normalmente provocan estas alteraciones de temperatura y humedad.

Este hecho se suma como un problema más para los productores de uva, ya que esta situación climática y la presencia de plagas, pone en riesgo la cosecha de fruta de calidad, poniendo en riesgo la oferta alimentaria en muchas regiones, debido a la reducción de la cantidad y calidad del fruto de la vid.

PRINCIPALES DESTINOS

Respecto a los principales destinos de esta campaña, Estados Unidos se mantiene en el primer lugar con el 47% de los envíos, Países Bajos es el segundo destino más importante con 12%. Asimismo, China ya se posiciona como el tercer lugar con el 8% y luego México con el mismo porcentaje. El 25% restante de envíos se distribuyó en los más de 50 destinos a los que llega nuestra oferta.

En términos de regiones, Ica concentra el 53% de los envíos totales y Piura se ha quedado con un 34% de los envíos, Lambayeque tiene 5%, La Libertad 4% y Arequipa 3%. Todo ello a la semana 4 de la campaña.

NO TODO FUE NEGATIVO

Pero también hay noticias alentadoras. Por ejemplo, en la primera campaña a Japón se logró exportar, a la fecha, más de 2,200 toneladas de uva de mesa, pese a los fenómenos climatológicos. Hubo tan buena recepción de nuestra fruta en este importante destino, que ha empezado con el pie derecho y que para la próxima campaña podríamos aumentar considerablemente la exportación.

En el lanzamiento de la campaña de promoción comercial de uvas de mesa en Japón se informó que se exportó más de 273,000 cajas de 8.2 kg de uva de mesa, es decir, más de 2,200 Tm de uva peruana para este importante mercado asiático. El dato es hasta la semana 52 del 2023, por lo que se espera que este volumen sea incluso mayor al final de la campaña.





PUERTO DE PARACAS

Otro hecho positivo fue el inicio del servicio directo desde el Puerto de Paracas para la exportación de uva de mesa de la parte sur del país. Se informó que se han exportado más de 4,000 contenedores en 30 barcos con diversos destinos importante de nuestra oferta, como es el caso de América del Norte (Filadelfia, Savannah, Los Ángeles) y Europa (Rotterdam, Amberes, Londres y España). En promedio salieron dos barcos por semana.

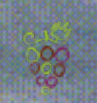
El principal beneficio de la puesta en operaciones de este puerto es que mejora la competitividad de los envíos de uva de la parte sur del país (productos provenientes de Pisco, Ica, Nazca, Chincha, Arequipa, Moquegua), debido al menor tiempo de tránsito hacia el puerto de origen.



SE VIENEN TIEMPOS MEJORES

La noticia del comité ENFEN sobre que el Niño Costero y el Niño Global llegarían a su fin en marzo y abril próximos, ha levantado el ánimo a los agroexportadores de uva ya que esperan obtener mejores resultados en la campaña 2024-2025.

Sin duda, el nuevo mercado de Japón y el puerto de Paracas operativo al 100% para realizar exportaciones, son dos factores más que harán que la industria de la uva se vuelva a levantar y retomar la senda del crecimiento, tan igual como ocurrió en el 2018, luego de la caída que sufrió el sector en el 2017 por el mismo Niño Costero.



Farmex
Vínculos Fértiles

Calidad suprema,
destinos **sin límites**





CAMPAÑA 2023-2024

EXPORTACIONES CAERÁN EN MÁS DEL 10%

A poco de culminar la campaña 2023-2024, PROVID confirmó su proyección de noviembre: las exportaciones de uva de mesa peruana caerán en más del 10%, explicando que se debe a la baja productividad de los viñedos a causa de los problemas climatológicos; sin embargo, hay optimismo de que retomarán al crecimiento la próxima temporada, ya que la última información del ENFEN indica que entre marzo y abril próximo el Niño Costero y el Niño Global llegarán a su fin.



Así lo refirió el gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera, quien dijo que es una información alentadora. “Hay que tomarlo con calma, con tranquilidad. No voy a mentir que es un gran alivio leer las cifras que nos comparten, pero esto es clima, o sea, todo puede pasar, no podemos cantar victoria hasta que llegue la fecha y, efectivamente, se vea que ya la temperatura del mar ha vuelto a sus indicadores regulares”, expresó.

CRECIMIENTO APARENTE

De otro lado, haciendo un balance de la campaña 2023-2024 dijo que a la semana 4 de este año se logró la exportación de 58.2 millones de cajas de 8.2 kilos, lo cual marca una diferencia en positivo de 8% respecto a las 53.9 millones de cajas que llegaron la temporada pasada en la misma fecha.

“Como ya hemos reiterado varias oportunidades, este indicador no es un crecimiento, sino es un adelanto de la campaña, un adelanto de las semanas de cosecha que se ve reflejada en que aparentemente haya un mayor volumen y que pareciera que es un crecimiento. Pero no es así, es simplemente un adelanto de la semana que cosecha”, explicó.

COMPORTAMIENTO POR REGIÓN

Señaló que, de los 58.2 millones, en el norte cayó en un 30% los envíos y en el sur se “incrementó” en un 82%.

Respecto al norte, dijo que durante las últimas seis a siete semanas, el volumen cayó considerablemente. “La última gran semana de envíos de más de un millón de cajas de la región norte fue la semana 48, o sea, la última semana de noviembre. Prácticamente diciembre y enero ha venido disminuyendo considerablemente el volumen y al mes de enero la exportación ha sido mínima”, contó.

Respecto al sur indicó que los envíos empezaron a incrementar desde la semana 47, superando los 2 millones de cajas semanales hasta la semana 3 inclusive. El año pasado, en estas fechas, se tenían problemas político-sociales y tomaron la carretera en Ica, lo que imposibilitó exportar.



**"NO ES UNA
REDUCCIÓN DE
ÁREAS, NI UN
RECAMBIO VARIETAL
IMPORTANTE
COMO EN AÑOS
ANTERIORES, ES UN
TEMA CLIMÁTICO
QUE AFECTÓ LOS
RENDIMIENTOS DEL
CULTIVO."**

DESCENSO DE PRODUCTIVIDAD

Cabrera precisó que el problema con la uva de mesa ha sido el descenso de productividad debido a los efectos del clima en la campaña. “No es una reducción de áreas, ni un recambio varietal importante como en años anteriores, es un tema climático que afectó los rendimientos del cultivo, cortando el proceso productivo, reduciendo ciclos y haciendo que la fruta esté más rápido lista para cosecharse”, explicó.

Indicó que esto impactó el rendimiento y por eso es que se proyecta actualmente una caída superior al 10% respecto a los 71.4 millones que se cerró la temporada pasada.

“Eso es un hecho, va a ser superior al 10% la caída a nivel país. Tenemos un desfase de dos millones de cajas del norte, respecto a lo que se proyectó en noviembre. Es un hecho que así el sur cumpla con la proyección que tenía, ya hay ese desfase. Sí o sí, la caída va a ser superior al 10% que proyectamos en noviembre. Hoy es probable que experimentemos una caída muy similar a la que se tuvo en el 2017, que fue del 13%, aseveró.



RECUPERAR EL CRECIMIENTO

El gerente general de PROVID afirmó que solo en dos momentos la uva experimentó caídas: uno el 2017 y otro en el 2023, ambos por efecto del Niño Costero. “Esto es un indicador, una muestra de que la industria ya ha sabido levantarse y volverá a recuperar ese crecimiento”, dijo optimistamente.

“La industria es consciente de esto. Hoy que tenemos el último reporte del EFEN, se estarían “apagando” todas las condiciones para generar un Niño. De no haber un cambio nuevamente en estas condiciones que tenemos el día de hoy, tendríamos temperaturas regulares a las históricas que hemos experimentado durante los últimos años, entonces se retomaría al crecimiento que estábamos logrando con condiciones climatológicas regulares”, acotó.



DESTINOS REGIONES VARIEDADES

Destinos:

1. Estados Unidos, 47% de los envíos.
2. Países Bajos, 12%.
3. China, 8%
4. México, 8%.

“Después están otros destinos, que son más de 50, que tienen un 25% de envíos”, agregó.

Regiones:

1. Ica, 52% de los envíos.
2. Piura, 34%.
3. Lambayeque, 5%.
4. La Libertad, 4%.
5. Arequipa, 3%.

Variedades

1. Sweet Globe, 23% de los envíos.
2. Red Globe, 17%.
3. Autumn Crisp, 13%.

Finalmente dijo que ya se han movilizado más de 27,000 contenedores lo cual también refleja el volumen importante de la fuerza operativa logística de nuestros exportadores. “Gran parte de ellos salieron por primera vez a través del puerto de Pisco”, comentó.

ANTONIO CARRARO
TRACTOR PEOPLE

ARBO AXIAL 2084
marca Kuhn®

TGF 9900
Antonio Carraro®

**Máxima potencia con
tu tractor de alto
rendimiento**

**Optimiza tu experiencia de
trabajo en el campo con tu
tractor de tecnología A1**



ACTIVIDADES PROVID

PROVID, en su calidad de gremio representativo de los productores de uva de mesa del Perú y siempre comprometido con el apoyo a los asociados, organiza y participa en importantes actividades en pro de la buena marcha de la industria de la uva. Les damos a conocer las principales del último trimestre 2023 y las primeras del presente año.



PERÚ Y CHILE COMPROMETIDOS EN ELEVAR COMPETITIVIDAD

La última semana de octubre las principales autoridades de PROVID visitaron Santiago de Chile y se reunieron con diversos gremios del sector agrícola-frutícola de ese país: la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), la Federación Gremial Nacional de Productores de Frutas de Chile (Fedefruta), Uvanova -gremio de productores y asesores de uva de mesa- y Apeco -gremio de la zona de Copiapó.

La reunión se llevó a cabo en el marco del acercamiento entre productores exportadores peruanos y chilenos en beneficio de la industria. Las conversaciones giraron sobre cómo tener una relación más fluida, más cercana, más próxima y así poder mejorar, de manera individual, nuestra oferta, pero también elevar la competitividad de nuestras industrias de manera conjunta.

09.11.23: Participación en 1er. embarque de uvas de mesa vía puerto de Pisco, a través de Naviera MSC.

10.11.23: Participación en "Grape Connect 2023" - Congreso internacional virtual de la uva de mesa - Ponencia Uva Perú.

14.11.23: Webinar - Primer entregable Consultoría Futuro uva de mesa - Fresh Cargo.

21 al 23.11.23: Visita y reuniones con Asociados - Región Ica.

22.11.23: Participación en "Lanzamiento Campaña uva de mesa - 2023-2024 - Región Ica - SENASA Ica".

04.12.23: Reunión con Empresarios de Misión Comercial Ceará - Brasil - Situación uva de mesa de Perú.

22.12.23: Conversatorio Asociados y SENASA Ica - Operatividad campaña 2023-2024 - Semanas Pico Campaña - SEM 51, 52 y 1.

07 y 08.01.24: Reunión y Visita Supermercado Publix USA - Acompañamiento en visita a asociados de región Ica.



IN MEMORIAM ¡GRACIAS PAUL BARCLAY!

La industria de la uva de mesa y, en general, la industria frutícola peruana de exportación está de duelo. A inicios de enero pasado falleció Paul Barclay Rey de Castro, quien fue miembro del Consejo Directivo de la Asociación de Productores de Uva de Mesa (PROVID) desde el 2014 al 2022, años donde se potenció a nivel mundial la participación de la uva de mesa peruana, teniendo en Paul, uno de sus principales protagonistas.

Tuvo una destacada labor gremial y llegó a ser presidente de PROVID del 2016 al 2018, y también director de la Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú (AGAP).

Manuel Yzaga, actual presidente de PROVID, sintió mucho su partida ya que por varios años trabajaron juntos en nuestro gremio. Precisamente, Paul Barclay formó parte de la directiva de Yzaga 2020-2022. Años antes, en la directiva 2016-2018 fue al revés: Barclay presidente e Yzaga director.

Yzaga dijo que es una gran pérdida para la industria frutícola y destacó los nueve años en que, en su calidad de directivo, fue parte del desarrollo y crecimiento vertiginoso de la industria de la uva peruana. Él estuvo vinculado a la uva de mesa desde hace 23 años en Sociedad Agraria Saturno, donde llegó a ser director ejecutivo. Desde 2021, se desempeñaba como CEO de Agroindustria Casa Blanca.

El gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera, resaltó la personalidad y la trayectoria de Barclay. "Era un firme convencido de que la actividad gremial era la forma correcta de desarrollar una industria en el país. Como integrante por nueve años del consejo directivo de PROVID contribuyó al crecimiento, desarrollo y fortalecimiento del gremio", comentó.

Recordó a Paul como una persona franca, honesta, de comunicación sencilla, clara, precisa y directa, siempre muy participativo, promoviendo actividades, pensando siempre en sumar.

"Creo que es la palabra correcta, siempre buscaba sumar esfuerzos que puedan beneficiar al gremio, que puedan beneficiar a la industria. Una persona muy activa y comprometida en la parte gremial, no solamente con nosotros en PROVID sino en AGAP. Estamos seguros de que nos hará mucha falta", destacó Alejandro Cabrera.



SOLUCIONES PARA LA AGRICULTURA

NUEVO MODELO DE DISTRIBUCIÓN DE BASF

El negocio de Soluciones para la Agricultura en Perú ha presentado buenos resultados de forma general en los últimos años, con algunos desafíos en ventas, suministro y rentabilidad, pero la situación de atención al mercado presenta no solo desafíos, sino oportunidades, especialmente en cultivos y segmentos clave tanto agroindustriales como en mercados fragmentados.

Flavia Zuleta, Gerente de Soluciones para la Agricultura de BASF Peruana, manifestó que evalúan permanentemente el desempeño y sustentabilidad de sus negocios alrededor del mundo. El escenario global refuerza la necesidad de revisar periódicamente los modelos de negocio vigentes para garantizar su rentabilidad y sostenibilidad. Es por todo esto que, tras un exhaustivo análisis, se ha decidido, cambiar el modelo actual de atención al mercado en Perú.

Un modelo más eficiente, rentable y con mejor experiencia para los socios estratégicos, que consistirá en dos frentes de atención, con dos aliados comerciales principales como distribuidores de nuestro portafolio de soluciones para la agricultura: **Duwest Drokasa Perú** y **Cyto Perú**, indicó Flavia Zuleta.

Duwest Drokasa Perú, estará dedicado a la distribución, atendiendo al mercado fragmentando y contará con el portafolio BASF para cultivos estratégicos de arroz, papa y maíz, entre otros.

Por su parte **Cyto Perú** se enfocará en el mercado de agroindustria con la atención de algunas cuentas directas, pero con dedicación en distribución para la agroindustria, en cultivos principales como uva, arándanos, frutos y hortalizas de exportación.

Esta decisión se enfoca en mejorar la competitividad en el mercado, atendiendo de forma más eficiente a los clientes y buscando la captura de valor de forma más ágil, aumentando así la expectativa de mantener el crecimiento continuo y sustentable, anotó la Gerente de Soluciones para la Agricultura.

"Con esta nueva alianza, estamos llevando nuestro compromiso aún más lejos, implementando cambios logísticos y aumentando nuestra presencia comercial en las zonas donde actualmente operamos. Todo esto con el objetivo de entregar un mejor servicio a nuestros clientes.

Cyto Perú y BASF trabajaremos en conjunto para ofrecer una atención de calidad y satisfacer las necesidades de la agroindustria peruana." – Gonzalo Lagos - Gerente General Cyto Perú

"BASF representa una gran oportunidad para nosotros como Duwest y nuestros clientes, siendo una compañía reconocida a nivel mundial por su liderazgo en innovación y desarrollo con soluciones agrícolas de vanguardia. Al incorporar sus soluciones a nuestro portafolio, podremos ofrecer al mercado peruano una gama aún más amplia de opciones y productos innovadores y de calidad." - Lee Sánchez - Gerente País Duwest Drokasa Perú



Flavia Zuleta
(Gerente de Soluciones para la Agricultura)

Gonzalo Lagos
(Gerente General)

Lee Sánchez
(Gerente País)

BASF
We create chemistry

Soluciones agrícolas productivas para el cultivo de uva

Cevya®
Fungicida

Kelpak®
Regulador

Bellis®
Fungicida

Melyra®
Fungicida

Cantus®
Fungicida

Zampro®
Fungicida

Serifel®
Fungicida biológico

Stroby® Mix
Fungicida

Distribuidor autorizado agroindustria

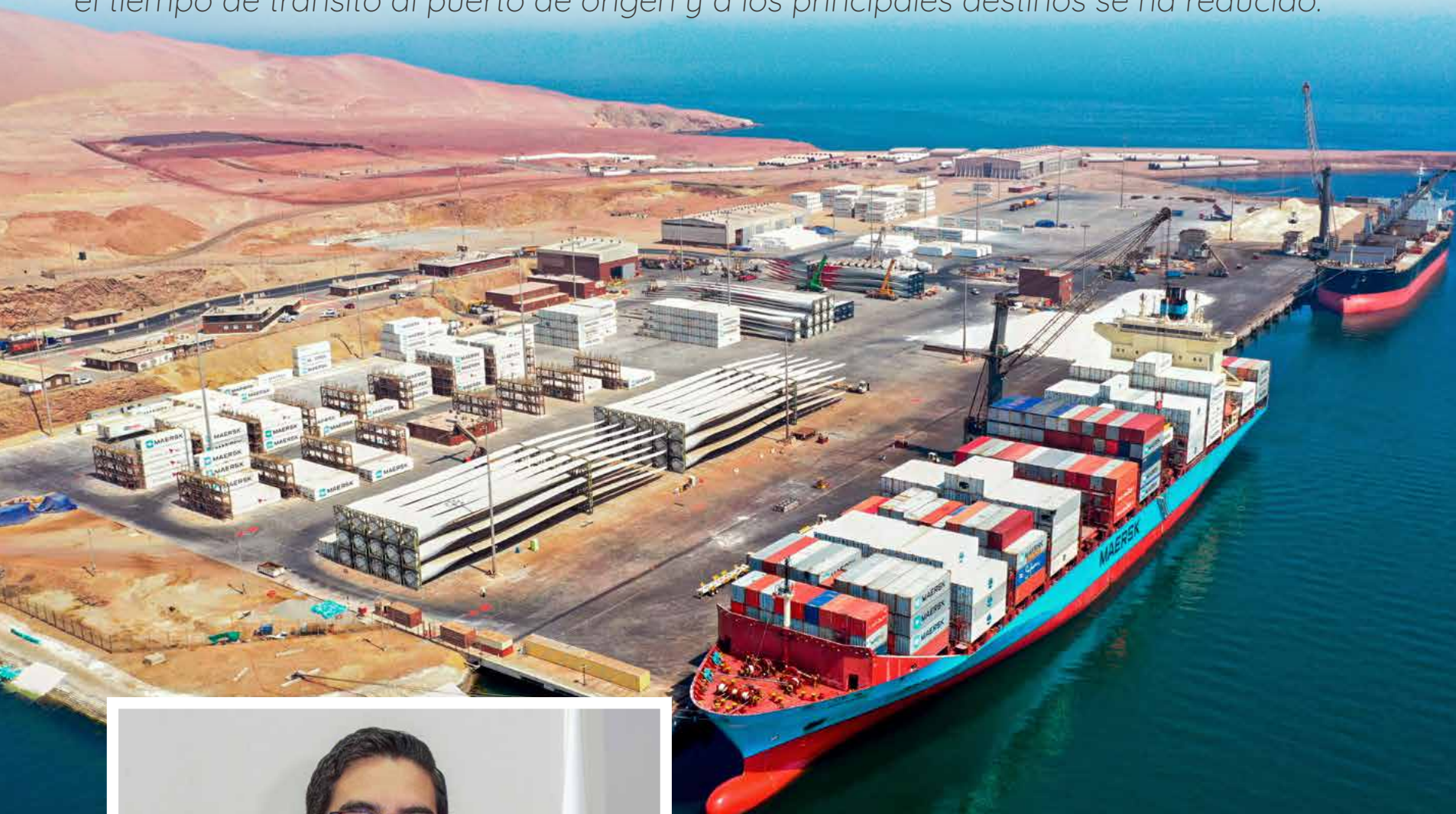
CYTOPERU
M&V



MEJORA COMPETITIVIDAD DE UVA DE MESA

BENEFICIOS DE LA EXPORTACIÓN DIRECTA DESDE EL PUERTO DE PARACAS

El inicio de servicios desde el Puerto de Paracas para la exportación de la uva peruana a mercados internacionales ha logrado importantes beneficios para los agroexportadores del sur del país, en especial la mejora de su competitividad ya que el tiempo de tránsito al puerto de origen y a los principales destinos se ha reducido.



Alejandro Cabrera Cigarán, gerente general de PROVID.

Ello fue resaltado por el gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera Cigarán, y el director comercial de MSC, Rafael del Solar, una de las dos navieras que está operando en el citado terminal marítimo en la provincia de Pisco (Ica).

“El servicio es muy competitivo. La verdad que ha sido súper bueno, muy atractivo en términos de tiempo de tránsito y ha sido recibido de la mejor manera por nuestros productores”, afirmó el representante de PROVID.

TIEMPOS DE TRÁNSITO

Del Solar, de MSC, indicó que los tiempos de tránsito a los principales destinos son: Filadelfia 12 días, Savannah 15 días, Los Ángeles 15 días, Manzanillo 11 días, London Gateway 20 días, Rotterdam 21 días.

“Iniciamos nuestras recaladas en la semana 45 del 2023 y hasta la semana 4 del 2024 ya llevamos 12 recaladas exitosas en el puerto Pisco. Los destinos han sido diferentes, los principales vienen siendo Filadelfia, Savannah, Los Ángeles, Rotterdam, Valencia, London Gateway, Vancouver, Manzanillo entre otros destinos importantes del mundo; nuestra cobertura es global y llegamos a todos los rincones del planeta”, añadió.

Un poco más de detalles de la travesía brindó Alejandro Cabrera: “Las embarcaciones parten desde el puerto de Paracas directo a Países Bajos, al puerto de Rotterdam, con una travesía aproximada de 21 días y no sólo eso, hace una recalada previa en Panamá en el puerto de Rodman y ahí se conecta con otras naves que pueden llegar a la Costa Este de Estados Unidos, al puerto de Savannah y al puerto de Filadelfia, que son los puertos más importantes de la Costa Este que reciben uvas en mesa de Perú”.

Continuó: “Y también en la costa oeste al puerto de Los Ángeles, por ejemplo, y también a México, al puerto de Manzanillo, en unos tiempos de tránsito muy cortos que, considerando esta recalada, inclusive a Filadelfia puede



Rafael del Solar, director comercial de MSC.

llegar en 12 días del puerto de Pisco, que es el último puerto de Sudamérica en el cual recalca la nave, no pasa por ningún otro puerto del Perú ni de Sudamérica, sino que parte directamente a Panamá”.

Aseveró que esto nunca antes había pasado y, por supuesto, los más beneficiados han sido los socios de PROVID, que se han volcado al servicio, evidentemente de forma muy agresiva, aprovechando estos tiempos de tránsito tan cortos y una proximidad muy corta a su lugar de operaciones de cosecha y empaque de fruta.





VARIEDADES TRANSPORTADAS

Rafael del Solar dijo que la uva de mesa es el principal commodity que transportan desde Pisco y por mucho. “Hasta la semana 4 ya hemos transportado más de 2,600 contenedores de uva; siendo las principales variedades Sweet Globe, Autumn Crisp, Flame Seedless, Allison, Tawny Seedless y Timpson”, reveló.

Explicó que el servicio que ofrece MSC desde Pisco es directo a Rotterdam y London Gateway; con transbordo llegan de manera segura a otros destinos importantes dentro de USA como Filadelfia, Savannah y Long Beach.



SEGURIDAD Y EFICIENCIA

El gerente de la naviera anotó que las recaladas en Pisco se han dado de manera segura y eficiente, aunque acotó que -como en toda nueva operación- siempre habrá aspectos por mejorar que están siendo atendidos de manera diligente por todos los actores que intervenimos en la cadena logística.

“Sin duda los principales beneficios para los exportadores son la seguridad, la cercanía de las zonas productoras y de proceso al puerto, la velocidad para responder ante situaciones inesperadas y la flexibilidad de contar con puerto que está ubicado en la misma localidad del lugar de sus operaciones”

Por su parte, el gerente de PROVID dijo que, “pensando en la fruta, es espectacular la posibilidad de estar en puerto en dos horas”, afirmó.

“La fruta puede cosecharse, puede entrar al parking y directamente trasladarse al puerto en el mismo día de ser cosechado, es decir, aseguras que

la calidad y la condición de la fruta se mantenga y en el menor tiempo posible esté lista en el puerto para exportarse, para iniciar su travesía hacia el destino propuesto”.

Para el gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera, no solamente hay un ahorro logístico o de costos por una menor ruta que atravesar, logísticamente también conviene porque en un solo día puede dar muchas vueltas el camión, salir al exportador, recoger el contenedor lleno, llegar al puerto, salir con el contenedor vacío, volver al exportador.

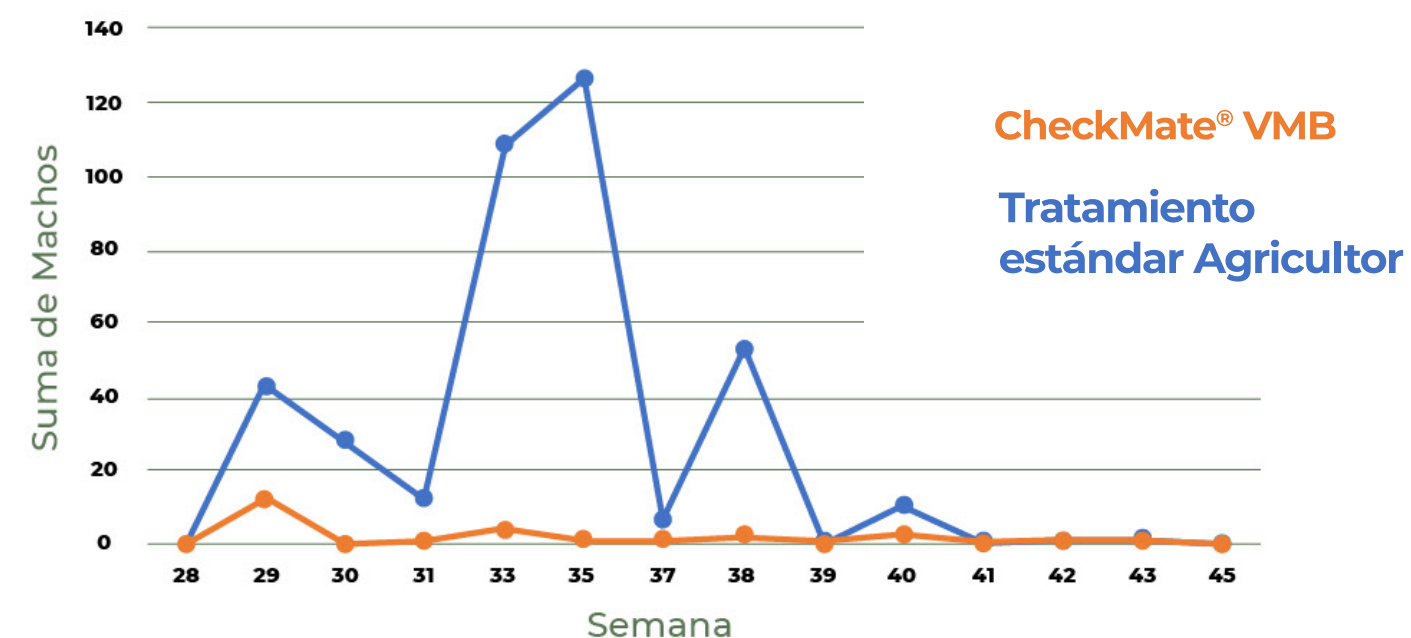
“Este recorrido lo puede hacer dos, inclusive tres veces al día, lo cual hay un importante ahorro de costos logísticos, tiempo y el principal beneficio pensando en la fruta, es que tienes una puerta de salida directa al mundo a dos horas de distancia desde la planta empacadora”, lo señaló con bastante expectativa.

Rafael del Solar culminó afirmando que el Puerto de Paracas tiene mucho potencial dada la cercanía con notables zonas agroexportadoras como Chincha, Ica, Arequipa y otras de similar relevancia.

Suterra®

LA CONFUSIÓN SEXUAL UN ÉXITO EN PERÚ

95%
tasa promedio
inhibición de capturas
en 2023



Checkmate® VMB-XL

Para el control del chanchito blanco

Checkmate® VMB-XL es el primer y único sistema de confusión sexual autorizado en Perú. Checkmate® VMB-XL es el difusor de feromonas de Suterra® para el control del Chanchito Blanco en uva de mesa.

Apto para agricultura ecológica.



PUNTO NODAL EN EL SUR

4400 CONTENEDORES DE UVA SE EXPORTARON DIRECTAMENTE DESDE EL PUERTO DE PARACAS

Desde la semana 45 del año pasado (1 al 7 de noviembre) hasta fines de enero del presente año, 4400 contenedores de uva de mesa peruana se han trasladado desde el Puerto de Paracas (Pisco) a Europa, Estados y otros países del mundo, al iniciarse en esa fecha los servicios regulares con destino directo al Viejo Mundo y, vía Panamá, a otros mercados internacionales.

Rabí Vilela, sub gerente comercial del Puerto de Paracas, informó que han salido un total de 30 barcos - hasta tres embarcaciones por semana- con destinos principales a América del Norte (Filadelfia, Savannah, Los Ángeles) y Europa (Rotterdam, Amberes, Londres y España).

“Actualmente el puerto de Paracas se ha convertido en un punto nodal en la cadena de exportación e importación de la región sur del Perú y un actor clave en el comercio internacional de productos provenientes de Lima, Pisco, Ica, Nazca, Ayacucho, Huancaavelica, Apurímac, Arequipa, Moquegua, entre otros”, destacó.

El representante del Puerto de Paracas dijo que hubo una excelente respuesta por parte de los agroexportadores. “Más de 60 empresas en total, han exportado desde nuestro puerto quienes reconocen en nosotros la flexibilidad y agilidad de nuestras operaciones, su ubicación estratégica y nuestro enfoque en el cliente” sostuvo el ejecutivo.



Rabí Vilela, sub gerente comercial del Puerto de Paracas

PROYECCIÓN 2024: 7,000 CONTENEDORES

Vilela dijo que la uva de mesa es la principal carga en lo que respecta a embarque en contenedores en el Puerto de Paracas, ratificando que hasta el momento se han transportado 4400 contenedores de uva, indicando que las proyecciones para el presente año 2024 es exportar 7000 contenedores con esta demandada fruta desde el terminal marítimo del sur peruano.

“Actualmente el sector agroindustrial reconoce nuestras operaciones y nos ve como un puerto estratégico”, anotó.

Dijo que el 80% de contenedores embarcados contaban con Cold Treatment los cuales tenían como destino, principalmente, Estados Unidos y México. “Son más de 50,000 contenedores en la región, donde destacan las uvas de mesa, los cítricos, las paltas, las cebollas, los arándanos, las granadas, entre otros”, acotó.

Actualmente trabajan desde el puerto dos navieras, MSC y Maersk, las cuales son las dos de las principales a nivel mundial.

“En 2023 propiciamos un trabajo conjunto entre nuestro puerto, agroexportadores y ambas navieras - las más grandes del mundo-, quienes llegaron a acuerdos a favor de la descentralización portuaria”, dijo.

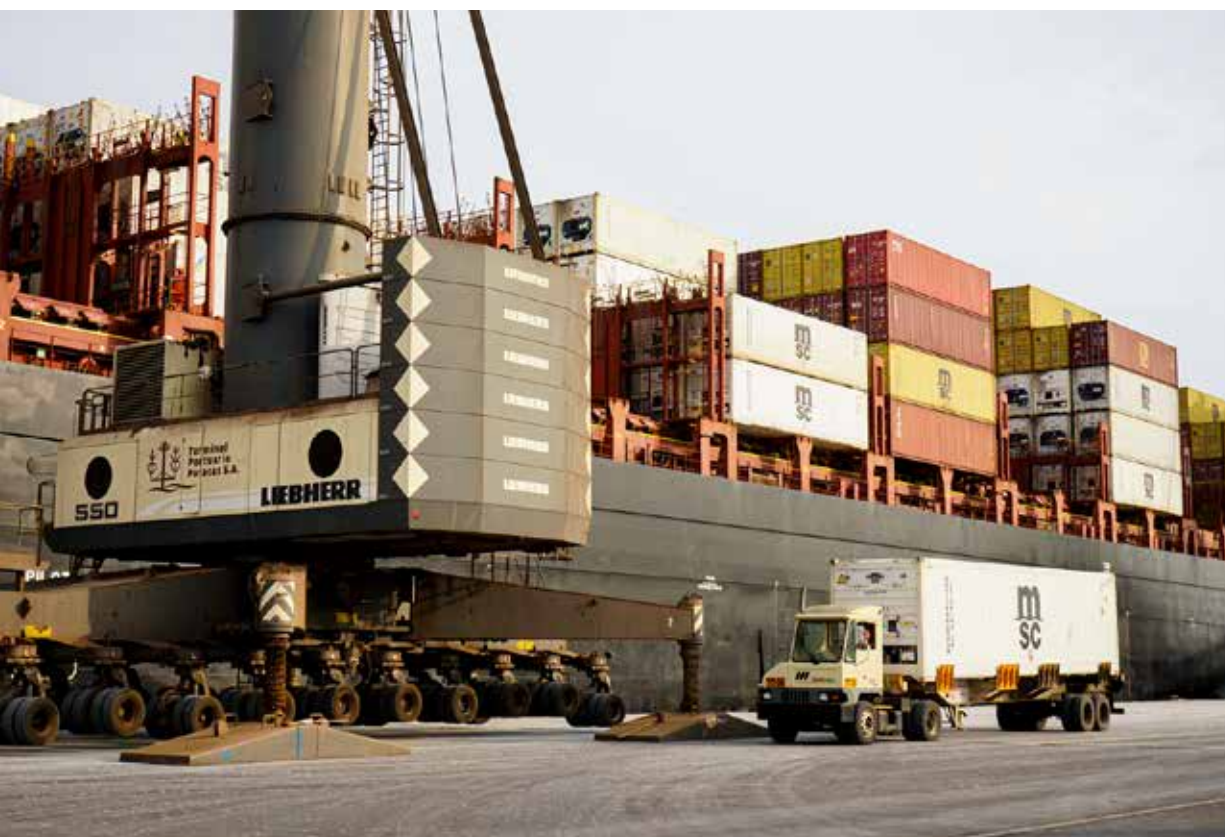


VENTAJAS Y BENEFICIOS

Al hablar sobre las ventajas competitivas del Puerto de Paracas, señalo que entre ellas destaca su alta capacidad y ubicación. “Estamos a una distancia entre 30 minutos y 2 horas de las operaciones de nuestros clientes, lo cual significa menores tiempos de espera y menores trayectos para ellos, entre otra serie de eficiencias de alto aporte a su gestión”.

Precisó que los viajes se dan entre 1.5 horas y 3 horas en la región Ica debido a la menor distancia de las plantas de producción de los agroexportadores al puerto.

“Entre los beneficios más importantes que generamos para nuestros clientes son: la eficiencia en el transporte, flexibilidad operativa, ahorros, seguridad de su carga y lo fundamental asegurar que su producto llegue en tiempo y forma a su destino”, añadió.



IMPLEMENTACIÓN LOGÍSTICA

Respecto a la implementación logística que han hecho, dijo que han adquirido una grúa móvil (ahora tienen tres), tres grúas portacontenedores (ahora tienen siete) y están por comprar dos más.

“Adicional a lo mencionado nuestra fuerza operativa se ha incrementado en 25%. Y una inversión modular

es el incremento de nuestras tomas eléctricas para suministro de energía en más de 70%. Esta inversión en capacidades ha sido clave para acompañar la fuerte demanda de nuestros servicios durante la temporada de uva”, señaló.

Aseveró que, con los incrementos de maquinaria y operativos, el puerto ha ampliado su capacidad en un 50%. Las inversiones superan los \$5 millones de dólares.

PROYECTOS

De otro lado, refirió que tienen varios proyectos en el corto plazo, entre ellos la instalación del N4 de Navis, un software de manejos de operaciones de clase mundial cuya implementación inicia en marzo de este año y que esperan tener en funcionamiento para las semanas 24-25 de la campaña de uva de mesa.

Asimismo, van a sumar 250 nuevas tomas de energía adicionales a las 720 con las que cuentan y van a adquirir dos máquinas portacontenedores. Estas inversiones suman aproximadamente \$4 millones de dólares para el primer semestre 2024.

“Estamos seguros que estas inversiones colocarán al puerto de Paracas a la vanguardia operativa, asegurando a los clientes ventajas tangibles para sus productos. Mantenemos nuestro firme compromiso con el desarrollo portuario, adaptándonos e invirtiendo permanentemente para impulsar el crecimiento sostenible del comercio exterior especialmente del sur del país. Buscamos convertirnos en un clúster logístico para la agroindustria”, aseguró.



FETA
Expertos en control de moscas de la fruta

PELLETS DE LEVADURA DE TORULA



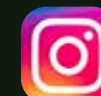
Empresa peruana con más de 22 años de experiencia en el control de moscas de la fruta en cultivos como: uva de mesa, cítricos, mango, palta, arándanos, granada, entre otros, conocimientos adquiridos en SENASA y en el sector privado.

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

Somos expertos en el control de moscas de fruta
¡CUIDAMOS TUS EXPORTACIONES!

Contáctenos: 969593140
administracion@fetaservicios.com

www.fetaservicios.com





NUEVO MERCADO

BUEN INGRESO DE LA UVA DE MESA PERUANA AL JAPÓN

La expectativa era muy alta por parte de los exportadores peruanos y los importadores japoneses. La gestión de más de 15 años para que la uva peruana ingrese al mercado nipón valió la pena y en tan solo los últimos cuatro meses del año pasado, en su primer contacto con los consumidores de Japón, nuestra principal fruta de exportación, logró ingresar 1820 Tm por un valor aproximado de US\$ 6.5 millones.

“Hemos empezado con un pie perfecto. Alrededor del mes de agosto y setiembre, antes que empiecen las primeras exportaciones, solamente había cuatro empresas que estaban interesadas. Al final, hemos terminado con un total de 17 empresas que han exportado uva peruana. Obviamente la expectativa es muy alta”, señaló William Valderrama, especialista agrícola de Promperú en la oficina comercial de Perú en Japón.

Precisó que es la primera vez que la uva peruana llega al mercado japonés y eso tiene una altísima significancia si se considera que estamos hablando de un país con 125 millones de habitantes, que es la tercera economía más grande del planeta, con un poder adquisitivo muy alto y que la apreciación que tienen los consumidores japoneses por las uvas es alta.



William Valderrama,
Especialista Agrícola
de Promperú - Oficina
comercial de Perú en Japón

“En Japón la uva de mesa es una fruta considerada de lujo y, además de ser constante en todo el año, es altamente demandada. Siempre la han tenido vinculada a un tema cultural y las costumbres de regalo que tiene el pueblo japonés. Cuando valoran algún evento al cual han sido invitados, ya sea de trabajo o cualquier ámbito social, lo demuestran obsequiando fruta, especialmente uva, más ahora que hace pocos años han creado una nueva variedad de uva en Japón”, comentó.

Resaltó que la importancia de la llegada de la uva peruana a Japón radica en el hecho de tener la posibilidad de exportar a un mercado que es estable, seguro desde el punto de vista comercial, con contratos a largo plazo, fiable y con la posibilidad de crecer en la participación del mercado, compitiendo directamente con USA, Chile y Australia.

RESULTADOS EN EL 2023

El representante de Promperú en Japón informó que, a diciembre de del 2023, el Perú ha exportado 107 contenedores de uva de mesa, que equivalen aproximadamente a 1,820Tm.

Indicó que las variedades exportadas fueron 14 y que las más solicitadas son Allison, Sweet Globe y Red Globe, y en menor proporción están Jack's Salute, Sweet Celebration, Autumn Crisp, Sugar Crisp, Ivory, Sweet Favors, Crimpson seedless Thompson seedless, Timco, Sugraone, Timpson. “El valor de la uva exportada a Japón en el 2023 fueron aproximadamente US\$ 6.5 millones”, reveló.

N°	IMPORTADOR	2023	2024	Total
		N° CONT.	N° CONT.	
1	UMINA	18	8	26
2	WISMETTAC	20	6	26
3	COSTCO	10	11	21
4	FRESH DEL MONTE	13	3	16
5	UNION	13	1	14
6	GRACE CORPORATION	5	3	8
7	FARMIND	5	1	6
8	mitsui foods	3	2	5
9	NEW JAPAN PRODUCE	5		5
10	ITOCHU	4		4
11	SUNFRESH	3	1	4
12	NAKAUMA SHOJI	3		3
13	F&T CORPORATION	0	2	2
14	DAIKOKUTEN BUSSAN CO	1		1
15	HIRO INTERNATIONAL	1		1
16	ROYAL TOKYO SEIKA TRADING	1		1
17	CO	1		1
18	WATARI	1		1
Total		107	38	145
Actualizado al:			1/24/2024	





AGROEXPORTADORAS PERUANAS EN JAPON

Valderrama comentó que entre las 17 empresas agroexportadoras peruanas que exportaron uva a Japón figura Agrícola Rapel (58 contenedores), Agroindustrias Beegroup (11 contenedores) y Pura Fruit (10 contenedores).

Entre las otras figuran Ecosac, Agrícola Pampa Baja, El Pedregal, Los Olivos de Villacuri, Procesos Agroindustriales, Agrícola Safco Perú, Global Agro Perú, RVR Agro, Agrícola Interandina de Frutas, Agrícola Chapi y Campos del Sur

Anotó que, definitivamente, la demanda es alta para la temporada de setiembre a diciembre. “Es una ventana ideal para el mercado japonés ya que las importaciones de otros países como USA, Chile y Australia están reducidas o casi cero exportaciones”, agregó.

ENVÍOS LLEGARON SIN INCONVENIENTES

Al consultarle si la uva está llegando en buen estado, dijo que, a la fecha, los 145 contenedores que han arribado a Japón (incluidos los de este año) no han tenido ningún inconveniente y los tratamientos en frío se cumplieron según el protocolo fitosanitario. No hubo ningún problema y se espera que siga igual hasta el final de la campaña. Precisó que no hubo ningún rechazo y que todos los embarques cumplieron con el tratamiento en frío y con respetar los LMR.

“Los certificados llegaron a tiempos según lo programado por SENASA, las declaraciones que nuestra oficina OCEX Tokio emite se hicieron de manera inmediata. Ha sido uno de los procesos más transparentes y sin problemas. Felicito el trabajo del personal del SENASA, sobre todo de la Ing. Juliana García, ella es la responsable de remitirnos los certificados de cada uno de los contenedores al finalizar el tratamiento en frío”, afirmó.

Respecto a si la calidad llegó en forma óptima con el tratamiento de frío aplicado, afirmo que, con poquísimas excepciones, hubo algunas dilaciones generadas en la demora de los registros de temperaturas por parte de las navieras. “Pero solo fue al inicio de la campaña. Con el transcurrir de los días esto se fue normalizando”, agregó.

REACCIÓN DEL MERCADO NIPÓN

Tras señalar que la uva peruana está llegando al Japón entre 26 a 28 días -dependiendo si la ruta es por México o Estados Unidos-, dijo que la Oficina Comercial de Perú en Japón ha realizado visitas a centros de empaque y centros de distribución para consultar sobre la impresión que tienen acerca de la uva peruana.

“En resumen, consideran que la calidad es buena, el calibre, los colores y los grados brix están bien. En casos muy aislados nos han manifestado que el tamaño de algunas variedades es un tanto pequeño, pero por lo demás la uva está satisfaciendo las expectativas de los importadores japoneses”, resaltó Valderrama visiblemente satisfecho por los resultados obtenidos a la fecha.



320 DX

300L-DX

VS-9XZ

UV 32

LPB-30L

FIXION 2

CALIBRADORES VID

CARDANES AGRÍCOLAS COMER

TRITURADORA BH140 BECCHIO & MANDRILE

VMA ARENA AZUFRADORA DE 700 LTS.

VMA TENDONE NEBULIZADORA ELECTROSTÁTICA BAJO VOLUMEN

EQUIPO ESPECIALIZADO DE PULVERIZACIÓN (ANCHO 90 CM)

VMA OPTIMA NEBULIZADORA DE 2000 LTS.

Telf.: 326-5888
 999 998 621 / 994 113 257
 ventas@fulltecperu.com.pe
www.fulltecperu.com.pe



PROYECCIONES AUSPICIOSAS

PODEMOS TRIPLICAR LA EXPORTACIÓN DE UVA DE MESA PERUANA AL JAPÓN

La gran expectativa del mercado japonés por la uva peruana, sumada a la serie de actividades promocionales que se piensa desarrollar, ha hecho que la agroexportación nacional tenga la confianza que durante la campaña 2023-2024 se pueda llegar a triplicar las exportaciones al país nipón, pero todo dependerá del comportamiento climatológico.

El especialista agrícola de Promperú de la Oficina Comercial de Perú en el Japón, William Valderrama, dijo que esperan que las exportaciones continúen hasta el mes de marzo, pero todo dependerá de la cantidad de uva que haya en campo. “Sabemos que el Fenómeno El Niño Costero adelantó las cosechas y es probable que afecte las programaciones de importación que tiene las empresas japonesas”, advirtió.

Con relación a las proyecciones para el 2024 dijo que podría ser el doble o tal vez el triple de las exportaciones logradas el año pasado.

“Estaba leyendo algunas predicciones que hay en Perú y, aparentemente, está en el 46% la posibilidad de que se presente un FEN global drástico, lo cual es bastante positivo para la producción interna. Confiamos que sea así, eso nos ayudaría a poder exportar buena uva, con todas las características que el mercado japonés demanda, sobre todo en el tema de calidad, brix, el color, en el tamaño”, expresó.

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Tras afirmar la necesidad de realizar una campaña de promoción de la uva peruana en Japón, Valderrama anotó que se ha logrado coordinar con PROVID para poder hacer una campaña de degustación los días 3 y 4 de febrero en coordinación con la empresa japonesa Mitsui Foods.

“Se va a distribuir la fruta de manera gratuita bajo la modalidad de sampling o de muestras para que puedan degustar los consumidores japoneses en un total de 30 establecimientos por día. Estamos hablando de 60 establecimientos y lo vamos a hacer en toda la zona del área metropolitana en Tokio”, dijo.

También comentó que a mediados de setiembre y octubre de 2024 se tienen pensado desarrollará una campaña de promoción de mediana agresividad. “Hay que hacer una campaña de promoción comercial ya que hay una alta expectativa de parte de los consumidores japoneses y de las empresas que han importado. Están muy interesados porque dicen que los precios son bastante competitivos en comparación con otros países. Esta campaña debería ser más o menos agresiva, pero todo depende del presupuesto que se logre reunir con el apoyo de la actividad probada”, opinó.

El representante de Promperú explicó que la uva se expende en Japón sin ningún tipo de distinción. Esto quiere decir que en los supermercados solo se vende como “uva”, no indican si es peruana, mexicana o australiana. “A las uvas japonesas si le dan un trato especial, venden muy bien adornadas, con una cajita bien decorada, envueltas en papel celofán, etc. Cada racimo puede costar entre 20 a 30 dólares”, precisó.

También indicó que las uvas de Perú han entrado con un buen precio, los racimos pequeños están más o menos en 8 dólares, aproximadamente. Las uvas que tienen mayor demanda en este mercado asiático son las negras y verdes, pero sin pepa, de calibre muy grande y prefieren que la piel sea crujiente.

CAMINO RECORRIDO

Refiriéndose a las gestiones para el ingreso al mercado japonés, afirmó que el camino recorrido ha sido largo, tedioso, y complicado por las políticas altamente restrictivas que tiene el Ministerio de Agricultura y Silvicultura del Japón - MAFF.

“El esfuerzo ha sido arduo, el proceso ha tenido un componente técnico el cual ha sido oportuno y adecuadamente administrado por el SENASA (el establecimiento de las regulaciones fitosanitarias) y uno político, afortunadamente Min-cetur, Promperú (Ocx Tokio) y RREE a través de la Embajada de Perú en Japón, han colaborado de manera efectiva y consistente para el logro del ingreso de las uvas a este importante mercado asiático”, acotó.

SUGERENCIAS PARA EXPORTACIÓN SOSTENIDA

Al consultarle sobre qué hacer para lograr una exportación sostenida de la uva al Japón, señaló que, en base a esta primera experiencia en este mercado, se animó a sugerir lo siguiente:

1. En la parte logística, es altamente recomendable utilizar los servicios de navieras que tengan la posibilidad de coleccionar los registros de temperaturas en tiempo real. Esto reduce considerablemente los tiempos de inspección por parte del MAFF y los procesos de desaduanaje, con ello se evita las sobreestadías y, por consecuencia, sobre costos de exportación.

2. En la parte técnica, SENASA, apeándose al protocolo sanitario, ha tenido un porcentaje de rechazos relativamente alto debido a plagas no cuarentenables, se recomienda que los centros de producción y empaque puedan tener un mejor control durante la limpieza y envasado de la fruta previo a la inspección de SENASA.

3. En la parte comercial, los meses de mayor venta serán de setiembre a diciembre, meses en los cuales los otros países están ausentes. Es más que necesario llevar a cabo una promoción comercial de la uva peruana, debemos hacer una clara diferenciación de las uvas importadas de otros países. Durante los meses de enero a marzo tendremos que competir con uvas chilenas y australianas, yo creo que podemos empezar a ganar mercado, pero se hace imprescindible promocionar nuestro producto.

4. Finalmente, algo que demanda muchísimo el consumidor japonés es la calidad del producto. Debemos evitar al máximo las asimetrías en cada una de las características de la uva, eso es importante para poder consolidar la uva peruana en este importantísimo mercado asiático.



COLABORACIÓN ESTRATÉGICA IMPULSANDO LA MODERNIZACIÓN DE LA AGRICULTURA EN ICA



Ricardo Arnaiz, gerente de
la Línea Agrícola de MASA
Equipos Industriales

MASA Equipos Industriales S.A. y Promotora Opción S.A. EAFC anuncian una colaboración estratégica destinada a impulsar el desarrollo agrícola en la región de Ica, brindando a los agricultores locales soluciones integrales desde la adquisición de tractores hasta opciones de autofinanciamiento.

El gerente de la Línea Agrícola de MASA Equipos Industriales, Ricardo Arnaiz, liderará la oferta de venta de tractores New Holland. Además de proporcionar equipos de calidad, con un servicio postventa sólido, asegurando la disponibilidad de repuestos originales para mantener la eficiencia a largo plazo. "Estamos entusiasmados por esta colaboración que nos permite no solo ofrecer tractores de alta calidad, sino también un respal-

do completo desde la venta hasta el servicio postventa y repuestos originales", comentó Ricardo Arnaiz.

MASA Equipos Industriales SA complementa su propuesta con equipos de procesamiento de granos y arroz de la marca SATAKE, así como silos y secadoras de la marca COMIL, ofreciendo una solución integral para los agricultores en zonas arroceras. Esta diversificación amplía las opciones disponibles para optimizar los procesos agrícolas y de almacenamiento.

Con esta alianza estratégica, se busca no solo impulsar la modernización de la agricultura en Ica, sino también contribuir al desarrollo económico de la región. La colaboración representa un paso importante hacia el suministro de herramientas y recursos esenciales para el crecimiento sostenible del sector agrícola en la región Ica.

Por su parte, Promotora Opción S.A. EAFC, facilitará alternativas de autofinanciamiento accesibles para la adquisición de tractores e implementos agrícolas. A través de Certificados de Compra, que permitirá a los agricultores acceder a tecnología de punta sin comprometer su estabilidad económica, quienes ofrecerán mayor información en su local, ubicado en el primer nivel del Centro Comercial Plaza del Sol en la Av. Martín 727-763 en Ica.



POTENCIA TU COSECHA CON LA MEJOR MAQUINARIA

OPORTUNIDAD ÚNICA

NEW TD85F



CARACTERÍSTICAS

 **Motor**
3 Cilindros/85 CV

 **Transmisión**
12X12
Synchro Shuttle

 **Toma de fuerza**
540/540E

INFORMES

905 474 058
mfuentes@meisa.pe

SUGURSALES

 **LIMA:** Avenida Elmer Faucett 3360, Callao

 **HUANCAYO:** San Jerónimo: Carretera Central Km. 18.5

 **AREQUIPA:** Megacentro: Calle Jacinto Ibañez 1113360

 **TRUJILLO:** Carretera Panamericana Norte Km. 561

 **CHICLAYO:** Megacentro: Auxiliar Panamericana Norte 779

 **TARAPOTO:** San Martín: Jr. Jiménez Pimentel 1427



POR TERCERA VEZ

DON RICARDO RECIBE EL CERTIFICADO AZUL POR SU COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD HÍDRICA

En virtud a sus esfuerzos significativos para medir y reducir su huella hídrica, agrícola Don Ricardo logró el reconocido Certificado Azul, entregado anualmente por la Autoridad Nacional del Agua (ANA) a los usuarios hídricamente responsables. Es el segundo año consecutivo que lo logra, pero el tercero en los últimos cuatro años.

Al respecto, el gerente general de Don Ricardo, Darwing Casana, destacó el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, haciendo del agua el eje central de su estrategia de Sostenibilidad. Precisamente, el proyecto "Familias verdes, guardianes del agua" -con el que lograron el último reconocimiento- es un ejemplo de esta política empresarial.

"Estamos decididos a liderar el cambio en un mundo donde la sostenibilidad es esencial para las empresas. Queremos ser una organización que no solo busca el éxito comercial, sino también la armonía con nuestro entorno", afirmó Casana.

El subgerente de Recursos Hídricos y Fertilización Edgar Ollachica, destacó que en la unidad operativa Don Carlos, la compañía implementó un

proyecto de reducción del consumo de agua para el cultivo de vid que se centró en estrategias innovadoras y eficientes, logrando un ahorro significativo sin comprometer la calidad y la productividad.

Tras destacar que el compromiso de Don Ricardo con la sostenibilidad no se limita solo a sus operaciones internas. Juliana Salgado, jefa de Sostenibilidad, Cultura y Comunicación, dijo que el impacto positivo del proyecto "Familias verdes, guardianes del agua", se enfocó en abordar la contaminación del agua en un canal colindante a la comunidad de Cerro La Esperanza, cercana a sus operaciones.

TERCER RECONOCIMIENTO

Agrícola Don Ricardo es la primera agroexportadora de cultivo de vid en el Perú que logra reducir la huella hídrica. La primera vez que obtuvo el Certificado Azul fue en el 2020 gracias a dos proyectos que redujeron en 26% el agua en promedio en sus 1.000 hectáreas de uva de mesa y, también, ayudar a comunidades a hacer uso eficiente del recurso hídrico.

GESTIÓN DE LA HUELLA HÍDRICA SOSTENIBILIDAD HÍDRICA Y EL CULTIVO DE LA UVA DE MESA

El agua es el eje central del desarrollo sostenible y su gestión es fundamental para el sector agrícola, puesto que consume el 70% del total de los recursos hídricos en la producción de alimentos. El cambio climático es cada vez más complejo e impredecible lo cual hace que los recursos naturales como el agua sea cada vez más escaso. El consumidor de uva es cada vez más informado y exigente demandando productos responsables con la sociedad y el cuidado de los recursos naturales.



Edgar Ollachica, subgerente de Recursos Hídricos y Fertilización de Don Ricardo.

Así se manifestó el subgerente de Recursos Hídricos y Fertilización de Don Ricardo, Edgar Ollachica, al preguntarle sobre la importancia del uso del agua en la agricultura, específicamente en la vid, a lo que añadió que la agricultura enfrenta el desafío primordial de maximizar la producción con el uso óptimo del agua disponible.

Al respecto afirmó que la sostenibilidad hídrica no solo preserva la calidad y la productividad de la uva de mesa, sino que también puede mejorarlas significativamente. "En Don Ricardo hemos llevado a cabo diversas pruebas, incluyendo el riego con mini estrés en momentos específicos del desarrollo del cultivo, y hemos observado una mejora notable en la calidad de la fruta y en la productividad", reveló.





HUELLA HÍDRICA

Respecto a la medición de la huella hídrica dijo que no solo contribuye a garantizar la disponibilidad de agua dulce para las generaciones presentes y futuras, sino que también ofrece a las empresas la oportunidad de reducir costos, mejorar su reputación y prevenir riesgos operacionales.

“Además, la búsqueda de una mayor competitividad a través de la gestión de la huella hídrica impulsa a las empresas agroexportadoras a ser altamente eficientes en el uso de insumos, a ser resilientes frente al cambio climático y a identificar oportunidades de mejora”, anotó.



BENEFICIOS

Por su parte, la jefa de Sostenibilidad, Cultura y Comunicación de Don Ricardo, Juliana Salgado, indicó que la huella hídrica desempeña un papel fundamental en la gestión sostenible del agua en la agrícola, ya que representa una herramienta que garantiza el desarrollo de estrategias empresariales responsables.

“Al proporcionar una visión integral del uso del agua en las operaciones empresariales, facilita el análisis para contribuir con acciones objetivas y cambios a nivel de la compañía para asegurar la disponibilidad de agua dulce tanto para las generaciones actuales como para las futuras”, agregó.

Aseveró que la huella hídrica conlleva beneficios empresariales tangibles. Económicamente, permite identificar oportunidades de eficiencia en el uso del agua y minimizar el desperdicio. Mejora la reputación de la empresa al demostrar su compromiso con la sostenibilidad y el uso responsable de los recursos naturales. En el contexto actual de escasez del agua, los consumidores valoran comprar productos de proveedores que apuesten por la sostenibilidad hídrica.

“En conclusión, la huella hídrica es una herramienta integral que no solo promueve la sostenibilidad del agua, sino que también impulsa la competitividad y la resiliencia empresarial en un mundo cada vez más consciente de la finitud de los recursos naturales”, aseveró Juliana Salgado.



Juliana Salgado, jefa de Sostenibilidad, Cultura y Comunicación de Don Ricardo

EJE ESTRATÉGICO DE DESARROLLO

En otro momento, Edgar Ollachica anotó que la sostenibilidad es un eje estratégico de desarrollo con tres pilares fundamentales; protección del medio ambiente, la equidad social y la viabilidad económica que va cobrando fuerza en la agenda internacional por lo que el modelo agroexportador se ha sofisticado por las nuevas exigencias por parte de los consumidores, incluyendo exigencias ambientales y producción sustentable.

“La sostenibilidad debe verse como un factor de oportunidades en contextos cada vez más interesados en este tipo de atributos y no de costo, de modo que el agroexportador debe considerar el entorno social, además de los factores productivos como el agua, suelo”, afirmó.

Al respecto, Juliana Salgado dijo que, para Don Ricardo, la gestión sostenible del recurso hídrico es un compromiso que parte desde la alta

dirección, lo que permite una visión holística del manejo de este recurso natural limitado.

“Concebimos el agua como un bien público que no solo influye en la salud de nuestros cultivos, sino que también repercute en la salud de nuestra comunidad. Por lo tanto, no solo nos dedicamos a proyectos destinados a optimizar su uso para obtener frutos de calidad, sino que también trabajamos en iniciativas que contribuyan al cuidado y bienestar de quienes nos rodean”, enfatizó.

“Nuestro objetivo de sostenibilidad consiste en desarrollar una estrategia de gestión del agua que tenga un impacto positivo en la gobernanza. Contamos con certificaciones que respaldan nuestras acciones en la operación; no obstante, aspiramos a generar un impacto aún mayor en la cuenca, con el fin de beneficiar a un número más amplio de personas mediante nuestro compromiso responsable”, agregó.

COMPROMISO CON LA ACCIÓN COLECTIVA

Afirmó que el enfoque de Don Ricardo no se limita únicamente a la eficiencia en el consumo de agua, que incluye la implementación de un sistema de riego inteligente y automatizado, así como el uso de estaciones meteorológicas, entre otras medidas.

“También estamos comprometidos con la acción colectiva, mediante proyectos en las comunidades orientados a mejorar el acceso y la gestión del agua en las escuelas y en la comunidad en general, así como a través de la capacitación de los agricultores locales”, acotó.





PROVID EN CAENE SAN MARCOS

LÍDERES UNIVERSITARIOS CONOCIERON LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA DE LA UVA DE MESA PERUANA

Centro de Altos Estudios Económicos (CAENE) es una organización privada que busca acercar al estudiante universitario, que está por acabar su carrera, a la realidad de las empresas y gremios del sector privado del país. En el último encuentro realizado en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, estuvo presente el gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera Cigarán.

“Esta fue una muy buena oportunidad para hablar de la industria de uva de Perú, de las buenas prácticas que realiza, de la generación de empleo, de la descentralización económica que realiza nuestro sector, ya que todo el flujo de las operaciones agrícolas

está fuera de Lima: Ica, Piura, La Libertad, Lambayeque, Arequipa y Ancash, y cómo es que esta actividad ha transformado estas regiones en focos de desarrollo, crecimiento, de inversiones”, comentó el representante de PROVID.

Tras manifestar que este sector genera más de 100 mil puestos de trabajo formales, afirmó que la participación de PROVID en este encuentro fue para que el joven universitario tenga una visión de la industria de la uva y que conozca las buenas prácticas agrícolas, la competitividad del sector y el moderno y eficiente trabajo que se realiza.



Alejandro Cabrera , gerente general de PROVID

“Muchos alumnos no tenían idea de que Perú era el principal exportador de uva de mesa del mundo y no sabían del nivel de crecimiento y desarrollo que se había dado en el interior del Perú a partir de esta industria. No sabían que el norte producía tanta uva como lo hace, pensaban que solo se producía en Ica”, expresó.



Aseveró que estos encuentros son acercamientos que permiten dar a conocer las buenas cosas que hace el sector, que se genere interés en el sector y también un sentido de orgullo hacia el nuevo profesional que mañana más tarde “va a estar en nuestro sector”.

“Nos invitaron a compartir nuestras experiencias y nosotros más que felices, más que contentos de participar de estas iniciativas y de formar parte activamente de los seminarios, de los webinar y de los eventos que realizan CAENE, para que sepan lo que vienen haciendo las empresas formales del sector agrícola y que no solamente todo quede en récord de exportación o miles de dólares, ya que hay mucho más allá de eso”, anotó.



INDUSTRIA SOSTENIBLE

En otro momento indicó que la industria de la uva de mesa es sostenible y tiene un rango de acción directo en lo que corresponde a la responsabilidad social. En su exposición dio ejemplos de algunos productores en términos de realización de proyectos de educación para las poblaciones de las regiones, la generación de empleo dentro de la gente que vive cerca de la operación agrícola -especialmente de la población femenina-, el compromiso con el cuidado del medio ambiente y con el uso eficiente del agua, etc.

“Por ejemplo, cuando ocurrió el año pasado el tema del dengue en el norte, brindamos ejemplos de cómo es que las empresas fumigaron la ciudad salieron a fumigar las casas, los lugares aledaños a las ciudades, para evitar que se propague el dengue”, contó.





ESTUDIANTES EMPODERADOS

Precisó que los encuentros que organiza CAENE son el momento perfecto para dar a conocer lo que hacen los socios de PROVID para que mañana más tarde un alumno, sí se ve expuesto a comentarios contrarios a la realidad, él tenga sus propios argumentos escuchados directamente desde la visión del sector formal de las cosas que sí se hacen por el desarrollo del país.

“Estamos hablando de la generación de empleo, exportaciones, inversiones, crecimiento, desarrollo y que ellos mismos tengan argumentos para poder oír y decir ‘lo que tú me está diciendo no es cierto, tengo estadística, tengo material que me dice que esto es todo lo contrario’ y así generar una corriente contraria a la que en algunos espacios lamentablemente se da”, señaló Cabrera Cigarán.



CAENE EN UNIVERSIDADES

CAENE realiza consultorías, asesorías y formación Económico-Empresarial, junto a los principales líderes e instituciones nacionales e internacionales del sector privado, buscando acercar de primera mano la realidad del sector, a los estudiantes universitarios de últimos ciclos de las diferentes instituciones educativas a nivel nacional, tanto privadas como públicas.

“Este es un movimiento de desarrollo, de crecimiento y de bienestar súper potente y con CAENE esperamos seguir trabajando de esa forma en este 2024 en otras regiones, en otros lugares”, aseguró.



ENCUENTRO EN SAN MARCOS

En el encuentro en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos participaron estudiantes líderes de diversas universidades de Lima, tanto privadas como públicas, del último ciclo, de carreras como ciencias administrativas, economía, contabilidad, tema de negocios y otros.

Del sector empresarial privado participaron, además de PROVID, el gremio automotriz, la Sociedad Nacional de Industrias y una empresa del sector privado, quienes mostraron sus experiencias en beneficio de su sector y cómo promueven la buena práctica, el empleo formal, el crecimiento y el desarrollo del país.



Manuel Yzaga Dibós, presidente de PROVID

JAPÓN: UN MERCADO MUY EXIGENTE LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN COMERCIAL DE LA UVA DE MESA EN JAPÓN

A sí se expresó Manuel Yzaga Dibós, presidente de PROVID, en la ceremonia de lanzamiento de la campaña de promoción comercial de uvas de mesa en Japón, donde anunció que el Perú ha exportado más de 255 000 cajas de 8.2 kg de uva de mesa, es decir, más de 2000 Tm de uva peruana para este importante mercado asiático.

“Y todo ello en el primer año de haberse abierto este destino (...) pese a todos los desafíos climáticos a los que nos hemos enfrentado durante los últimos meses. Si a pesar de los desafíos, hemos logrado estos resultados. ¿Se imaginan lo que podríamos lograr sin fenómenos climatológicos que afectan nuestra productividad? ¿Se imaginan lo que podríamos lograr a crear si trabajamos juntos y de la mano, sector público y sector privado?”, acotó.

“Permítanos sentirnos orgullosos de lo que nuestro país y nuestra gente, produce y exporta, y que seamos cada vez más conscientes de cómo conquistamos mercados internacionales, inclusive los más exigentes, como el japonés”.

Indicó que Japón es una de las economías más importantes del mundo, con más de 120 millones de habitantes y uno de los PBI per cápita más altos del mundo y, por ello, durante la presente campaña de exportación de uva de mesa, la 2023-2024, se han realizado los primeros envíos de nuestro cultivo a este importante destino.

Precisó que esto se pudo hacer realidad después de oficializarse la apertura del mercado en el mes de marzo del 2023, después de más 12 años de gestiones lideradas por la autoridad fitosanitaria SENASA, junto con el respaldo y seguimiento del sector privado, liderado por PROVID.

“Quiero aprovechar esta oportunidad para felicitar y agradecer también el liderazgo de Promperu y la OCEX Tokio, en Japón, quienes han sido los promotores de esta iniciativa que hoy sale a luz y da sus primeros frutos. Con la articulación de la OCEX Tokio, junto al sector privado participante de esta iniciativa: como es el caso de un Importador de uva de mesa en Japón, así como los gremios privados Provid y Adex, demostramos una vez más que, traba-



jando juntos, se pueden lograr grandes resultados en beneficio de nuestra industria y de los consumidores de todo el mundo”, afirmó durante la ceremonia.

Señaló que esta iniciativa deja una gran lección: no pretender llegar muy lejos si se camina solo. “Todo lo contrario, si realmente queremos conseguir grandes resultados y posicionar el nombre de nuestro país en el mundo, trabajemos juntos, unidos y sólidos, sector público y sector privado, haciendo patria y posicionando nuestra oferta en los principales mercados internacionales”, agregó.



CEREMONIA DE LANZAMIENTO

La ceremonia de lanzamiento de la campaña de promoción de uvas de mesa a Japón fue organizada por PROVID, Promperú y ADEX contando con la presencia de la viceministra de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Teresa Mera, el Consejero Económico Comercial de la Oficina Comercial OCEX Tokio, Fernando Albareda (virtualmente), el presidente del Co-

mité de Frutas y Hortalizas de la Asociación de Exportadores (ADEX), Elkin Vanegas, entre otras autoridades.

“Es importante reconocer la gran labor de Senasa. Del mismo modo, felicitar la iniciativa de PromPerú a través de la Oficina Comercial OCEX Tokio para llevar a cabo el lanzamiento de la campaña de promoción comercial, con el apoyo de 2 importantes gremios como son ADEX y PROVID”, apuntó Elkin Vanegas.

El Consejero Económico Comercial del Perú en Japón-Tokio, Fernando Albareda, indicó que la campaña de promoción comercial de uvas de mesa a Japón será en los supermercados ItoYokado de Tokio.

Serán 60 activaciones el sábado 3 y domingo 4 de febrero (30 cada día), con el apoyo de la empresa distribuidora Mitsui Foods y PromPerú (OCEX Tokio), que brindará asistencia durante el desarrollo de la actividad.

PRIMEROS RESULTADOS

El gerente general de PROVID, Alejandro Cabrera Cigarán, también participó en el evento y en su exposición de avance de la campaña 2023-2024, dijo que hasta la semana 51 del 2023 ya habíamos exportado a Japón más de 257,000 cajas de 8.2 kilos., precisando que, a nivel grupo varietal, la mayor cantidad de envíos, fueron uvas blancas sin semillas con el 46% del total, uvas rojas sin semilla con el 34% en segundo lugar, seguido de Red Globe con un 19% y finalmente la uva negra con un 1%.

Asimismo, que las principales variedades exportadas a Japón, hasta la semana 51, fueron Allison -una variedad roja sin semilla- 22%, en segundo lugar, la Red Globe con 19%, en tercer lugar, Sweet Globe con 18%, en cuarto lugar, la Autumn Crisp con 13% y, finalmente, la Sweet Celebration en el quinto lugar con el 7%.

“Se habla mucho de que la Red Globe está de salida, pero no sé qué tan cierto es esta premisa porque es la segunda variedad más importada para este nuevo mercado abierto para nosotros, como es el caso de Japón”, anotó Cabrera.

Respecto a las regiones que más exportaron uva de mesa a Japón dijo el 60% de los envíos fueron del norte, específicamente Piura; en segundo lugar, Ica con 22%, Arequipa con 18% y Lima con 1%.

Sobre las semanas en las que se ha registrado el mayor número de envíos dijo que fueron la 45 y 44 del 2023 (última semana octubre primera semana de noviembre). “En estas semanas, al menos considerando la información que tenemos disponible hasta el momento, se realizaron los envíos con mayor volumen de uva de mesa de Perú a Japón. De ahí, bueno, han habido semanas posteriores que seguramente se han realizado envíos importantes, pero todavía debemos esperar los resultados oficiales para confirmar el volumen exportado en estas nuevas semanas”, comentó.



Alejandro Cabrera Cigarán, gerente general de PROVID.





*Manuel Bravo Calderón, Ingeniero Agrónomo

NUEVO REGISTRO DE TRIPS COMO PLAGA IMPORTANTE EN UVA DE MESA Y ARANDANO

Los trips constituye un grupo variados de insectos pequeños, con más de 6,000 especies registradas a nivel del mundo.

Todas se caracterizan por presentar sus alas delgadas adornadas con “flecós”, de allí el origen del nombre del orden Thysanoptera. Su comportamiento es variado, con familias que involucran especies de importancia agrícola, algunas depredadoras como *Scolothrips sexmaculatus*, que se alimentan de arañas. Entre las especies fitófagas destacan el “trips de las flores” *Frankliniella occidentalis*, registrada en diferentes cultivos, en especial en la etapa de floración, donde complementa su dieta alimenticia con polen, incrementando su capacidad de reproducción. Se resume que aproximadamente 20 especies causan daños en la agricultura siendo en la mayoría incluidos en la familia Thripidae del suborden Terebrantia.

En el año 2021, ya hace tres campañas, se detectó en Piura una especie de trips muy agresivo por sus daños en los brotes de arándanos y uva de mesa, causando fuerte necrosis y distorsión de los tejidos tiernos, extendiéndose hasta formar cicatrices en los frutos recién cuajados, que termina como un racer en la fruta madura. Estos daños también fueron observados en los cultivos de capsicum y limón sutil.

Con las condiciones climáticas extremas del 2023, la expresión de los daños fue mayor, lo que permitió indagar y recolectar material biológico para determinar sus características estructurales morfológicas, un avance importante en su biología y su asociación con los daños. En el Laboratorio de Entomología de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, se pudo determinar los detalles microscópicos, basado en la descripción



Frankliniella occidentalis

de Kumar et al (2011), de las antenas, protórax, chaetotaxia, diseño de los segmentos abdominales, pudiendo comprobar que esta nueva especie es *Scirtothrips dorsalis* Hood, una plaga invasora por excelencia como nuevo registro en nuestro país. Se refuerza este análisis mediante la técnica molecular desarrollada por Farris y otros (2010) y Dickey et al. (2015), considerando a este grupo críptico de nueve especies altamente polífagas que requieren una identificación a nivel molecular. Adicional, se suman los registros efectuados por Senasa de muestras de trips de uva, arándano y limón sutil provenientes de Piura.

Esta especie invasora tiene su origen en la India al Sudeste asiático, logrando una dispersión por más de 40 países en los diferentes continentes:

Asia, Oceanía, África, Europa y América. Según CABI (2020), en América ha sido encontrado en Estados Unidos, Nueva York, Florida, California, Canadá, Puerto Rico, Jamaica, México (2019), Cuba, Venezuela, Colombia, Brasil (2018)

S. dorsalis es un trips invasor de tamaño pequeño, tiene capacidad para alimentarse y reproducirse en una variedad de plantas y tiene un comportamiento críptico, que puede ser transportado en diferentes materiales infestados. El movimiento de plantas vivas o estructuras vegetales como flores, frutas y otros es considerado la forma de distribución más común en el mundo, siendo la opción para que esta plaga invada nuevas áreas donde no existe.



Daños en bayas de Scirtothrips dorsalis



La zona norte del Perú constituye nuevo territorio para *S. dorsalis*, aquí no encontró enemigos naturales que limitaran su reproducción, al contrario, se pudo multiplicar rápidamente por las condiciones climáticas óptimas y por encontrar diversas plantas hospederas, tanto cultivadas como malezas. Su distribución al inicio fue localizado y focalizado; sin embargo, su dispersión fue muy rápida y en la actualidad se puede determinar que hay presencia en otras zonas y regiones. Se ha encontrado en arándano y uva de mesa en Olmos (Lambayeque) y algunas áreas en Ica, probablemente se debe al transporte de material vegetal infestado.



Frankliniella occidentalis (grande)
y *Scirtothrips dorsalis* (pequeño)

S. dorsalis es polífaga, tiene una diversidad de plantas hospederas y otras de refugio, migrando constantemente hacia los cultivos, se reporta, según CABI 2022, en más de 100 plantas entre ornamentales, cultivos hortícolas y frutales de exportación, destacando como hospederos a las familias de malváceas, fabáceas, rutáceas, rosáceas, amarantáceas, euforbiáceas, quenopodiáceas, solanáceas, ericáceas, vitáceas. Es considerada ahora una plaga de importancia económica mundial, frecuente en capsicum, cítricos, frijol, maní, uvas, fresa, mango, algodón, té, rosas, y últimamente, registrado en México (2020) en uva de mesa y en cultivos de berries como arándano, zarzamora y frambuesa.

ASPECTOS BIOLÓGICOS

El ciclo biológico de *Scirtothrips* es similar al de otras especies de trips. En el aspecto básico, el ciclo incluye los estados de: a) huevo, b) dos estadios ninfales, c) prepupa, d) pupa y e) adulto.

Los huevos son de forma típica ovalada, semi endofíticos, depositados en los brotes, hojas tiernas y piel de los frutos recién formados; la ninfa I es de color blanco pálido, con antenas cortas, vive escondida en el brote o en el envés de las hojas tiernas; la ninfa II es de color amarillento oscuro, tiende a formar grupos, considerado el estadio más agresivo; la prepupa es amarillenta, reconocida por la presencia de esbozos alares y antenas dirigidas hacia adelante, generalmente cae al suelo, aunque también puede encontrarse en la planta, entre residuos vegetales dañados y axilas de las hojas; la pupa tiene con ojos y ocelos con pigmentación rojiza, antenas descansando curvadas hacia atrás sobre su dorso y las tecas alares están definidas; estos últimos dos estadios no se alimentan y se mueven lentamente; los adultos, son pequeños con un color amarillo predominante, son muy móviles. Las ninfas y los adultos se agrupan y viven cerca de la nervadura central o en los bordes de las zonas dañadas. El ciclo biológico de *S. dorsalis* es muy corto, aproximadamente entre 8 a 10 días, dependiendo de la planta hospedera y las condiciones climáticas. Su reproducción puede ser sexual o partenogenética, produciendo solo individuos hembras o machos respectivamente. En zonas cálidas los modelos poblacionales indican que pueden lograr de 14 a 18 generaciones por año.

La mayor actividad de vuelo de los adultos es mayor entre las diez de la mañana y cuatro de la tarde y tiene una relación directa con el aumento de las temperaturas y radiación solar.

DAÑOS

Los trips tienen piezas bucales adaptado para raspar, perforar y succionar. Sus estructuras forman un cono bucal, conteniendo las dos maxilas y solo la mandíbula izquierda en forma de estiletes, las cuales penetran inyectando saliva causando una lisis o disolución de los contenidos celulares para luego succionar su contenido.

El primer síntoma de los daños directos por la alimentación provoca un daño celular en los tejidos en desarrollo, deshidratación de los tejidos y necrosis de los brotes, lo que se expresa como distorsión de las hojas y los frutos, y la abscisión prematura de las flores. Las hojas jóvenes, especialmente las axilares, con muy vulnerables al ataque. Los daños varían desde un ligero enrollamiento y decoloración de las hojas hasta las deformaciones y caída de hojas, disminuyendo la capacidad de fotosíntesis; se observa el "russeteado" en las ramas tiernas, en las inflorescencias y en los frutos en formación, con mermas en la cosecha.

En cultivos con brotamientos constantes y continuos, la incidencia poblacional de *S. dorsalis* será mayor, esto dependerá de las características vegetativas y de arquitectura de la planta, muy evidente en arándanos y uvas de mesa. Se ha demostrado que la incidencia de lluvias no limita la infestación y multiplicación.

Hay referencias que este trips se considera vector de ciertas enfermedades virósicas, especialmente de tospovirus; sin embargo, hasta la fecha no se ha reportado la transmisión de algún virus por *S. dorsalis*.

Scirtothrips dorsalis en hojas
Daños en brotes
Daños en racimo





ALTERNATIVAS DE MANEJO

A la fecha existe experiencias acumuladas en estas dos últimas campañas para el manejo de *S. dorsalis*. Se debe seguir validando diferentes métodos de control, los cuales suman a los avances generados en otros países como México, Colombia y Brasil.

De nuestras propias experiencias, es importante establecer un sistema de monitoreo, que permita hacer un seguimiento de la población, tanto en el porcentaje de incidencia como la data de los estados biológicos presentes, en especial ninfas y adultos, por que se conoce que esta especie tiene una migración constante de cultivo a cultivo, según edades o etapas fenológicas, así como migraciones de plantas silvestres, malezas y cercos vivos.

Desde el punto de vista cultural los campos deben estar libres de malezas, hospederas de *Scirtothrips*. Aquí se ha podido identificar a especies de



Trampa plástica pegante azul



Trampa pegante amarilla

Amaranthus, muy común en el interior de los cultivos, y otras plantas como aramo o huaranguillo muy común como cercos vivos. Según el cultivo y la variedad, muchas actividades agronómicas como desbrotamiento, despuntes, deshojes y podas toman importancia por los residuos que quedan, donde se ha detectado estados pupales que pueden generar nuevos adultos.

Como medidas etológicas, la instalación de trampas pegantes de color amarillo y azul, ubicados en mayor número en las áreas donde hay más incidencia, en los contornos y linderos; valorar el agregado de kairomonas para una mayor captura de adultos de ambos sexos.

Hay enemigos naturales registrados para trips, destacan el chinche *Orius insidiosus* (Anthocoridae), cuya actividad depredadora aumenta cuando se adiciona plantas en floración por el polen; las crisopas como *Chrysoperla* y *Ceraeochrysa* (Chrysopidae) son muy frecuentes y activas; y, también los ácaros Phytoseidae, en especial *Amblyseius swirskii*.

"HAY DIFERENTES INGREDIENTES ACTIVOS, PERO SE DEBE CONSIDERAR COMO BASE EL CONOCIMIENTO DE LAS CARACTERÍSTICAS FÍSICOQUÍMICAS, EL MODO DE ACCIÓN SEGÚN EL IRAC, EL LÍMITE MÁXIMO DE RESIDUOS Y EL PERIODO DE CARENIA"

Entre los productos químicos que se pueden utilizar, hay diferentes ingredientes activos, pero se debe considerar como base el conocimiento de las características fisicoquímicas, el modo de acción según el Irac, el límite máximo de residuos y el periodo de carencia, asociarlos con la fenología para el uso adecuado y oportuno, sea en la etapa vegetativa o productiva. Entre los productos destacan: abamectina, acetamiprid, ciantraniliprole, deltametrina, flonicamid, flupiradifurona, formetanato, pyriproxifen, spinosad, spinetoram, spirotetramat, sulfoxaflor, tolfenpirad y otros. Se debe implementar una rotación adecuada de moléculas.

Se suman los extractos vegetales y aceites parafínicos; de los extractos destacan los que contienen canela, ficus, karanja, neem, ají, ajo, saponinas, terpenos, etc.; y bioinsecticidas a base de *Isaria fumosorosea*, *Beauveria bassiana*, *Metarhizium anisopliae*, metabolitos de *Bacillus thuringiensis*, metabolitos secundarios de microorganismos benéficos, etc. En todos los casos, es muy importante ubicar el producto donde se localiza y desarrolla el trips y eso se logra con una buena cobertura de aplicación.

S. dorsalis es una nueva plaga y es imperativo sumar esfuerzos, compartiendo los resultados de las experiencias hasta ahora logrados, especialmente entre las empresas de agroexportación, con el apoyo de las instituciones estatales y los profesionales especializados en el manejo integrado de plagas.

MANUEL BRAVO CALDERÓN

Ingeniero Agrónomo, Docente Principal de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque (Perú). Con estudios en maestría en la especialidad de Entomología en la Universidad Agraria La Molina.

46 años de experiencia en la especialidad de Entomología en la Facultad de Agronomía de la UNPRG. Desempeñó cargos como Jefe del Laboratorio de Entomología, actual Director del Departamento Académico de Sanidad Vegetal.

Actualmente realiza asesorías en el Manejo Integrado de Plagas (MIP), en los cultivos convencionales como arroz, maíz, leguminosas, etc. y cultivos de agroexportación como vid, palto, arándano, cacao, banano, cítricos, etc., en las empresas ubicadas en Piura, Lambayeque, La Libertad e Ica.



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

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

contacto@provid.org.pe

www.provid.org.pe

www.providdigital.com.pe



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

Linked in

