



# PERÚ **ProHass informa**

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PALTA HASS DEL PERÚ

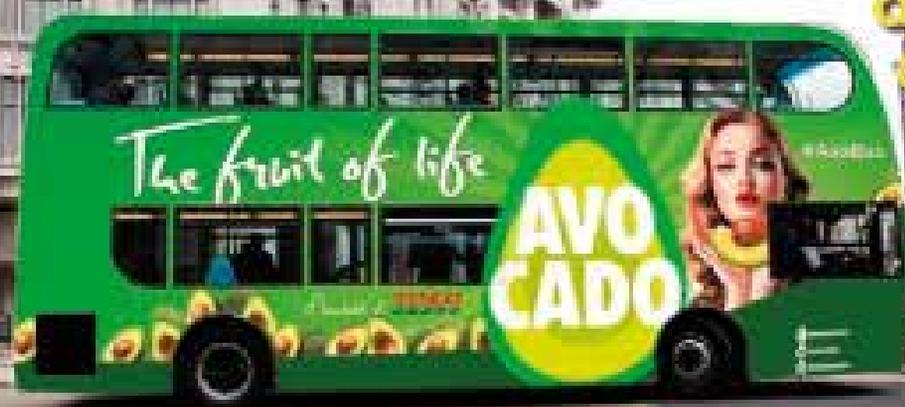
Nº 12  
2017

**Ing. Jorge Barrenechea,  
Jefe de SENASA:**

"El reto es mantener  
los mercados"

## **Organización Mundial del Aguacate (WAO):**

**Exitosa  
promoción  
de la palta  
en Europa**



**Superfoods  
Perú conquista  
el mundo**

**País de los súper  
alimentos.**

**Palta Hass en  
la alta cocina.  
Delicias en los Delfines  
Hotel & Convention  
Center.**

# TEMPERATURA Y ABSORCIÓN DEL GAS DE ETILENO

Cuando de la calidad de productos hortofrutícolas frescos se trata, el manejo de la temperatura y la absorción de etileno van de la mano.

- Reduce el desperdicio controlando la descomposición y la maduración.
- Tiene un impacto positivo sobre la apariencia, textura y calidad nutricional del producto mediante la reducción de la pérdida de agua.
- Aumenta la satisfacción del cliente porque entrega un producto en la mejor condición.

Sensitech® es el socio ideal para sus necesidades de cadena de frío.

- Incorporando tecnologías de vanguardia, incluyendo la inalámbrica.
- Resolviendo desafíos complejos de cadena de frío.
- Generando mejoramiento continuo.
- Cumpliendo con los estándares de calidad reconocidos mundialmente.



**TempTale.GEO**  
SENSITECH

Ryan.Ethylene Filter 100  
SENSITECH



Ryan.Ethylene Filter 75  
SENSITECH



Ryan.Ethylene Sachet  
SENSITECH



Visibilidad de temperatura y localización en tiempo real



**TempTale.Direct**  
SENSITECH

Distribuidores exclusivos de Sensitech para Ecuador, Perú y Colombia

**Jaiac**  
Latam

ECUADOR - JAIAC S.A.  
KM 1.5 Vía Samborondón  
Centro de Negocios XIMA, piso 3 - oficina 323  
Teléfono +593 4 - 5091100  
Guayaquil - Ecuador

PERÚ - COLD CHAIN SAC  
Calle Enrique Palacios 350 Of. 104, Miraflores  
Teléfono: +51 428-3382  
Lima - Perú

COLOMBIA - EQUISOP SAC  
Carrera 100 No. 11- 60 Oficina 711 T. Farallones  
Teléfono: +57-2 (339-4927)  
Cali - Colombia

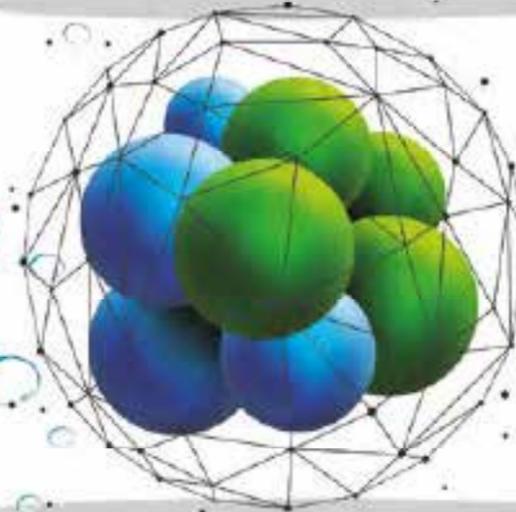
ventas@jaiaclatam.com • www.jaiaclatam.com

INSECTICIDA QUÍMICO DE USO AGRÍCOLA

**sanicrop**

PLAGUICIDA QUÍMICO DE USO AGRÍCOLA

INSECTICIDA AGRÍCOLA  
CONCENTRADO EMULSIONABLE - EC



**MONTANA**

NO CORROSIVO NO INFLAMABLE NO EXPLOSIVO

LEGERAMENTE TOXICO  
CUIDADO

**LA FÓRMULA IDEAL  
PARA EL CONTROL  
DE QUERESAS**

**2 Principios Activos**

**Para un Control Eficaz  
y Prolongado**

Actúa por contacto e ingestión, es translaminar y presenta movimiento sistémico ascendente.

Trabaja como un análogo de la acetilcolina, la cual produce una excitación nerviosa que provoca la muerte del insecto.

**MONTANA**

Central: (511) 419-3000  
www.corpmontana.com



**Consejo Directivo  
ProHass**

**Presidente**

Daniel Bustamante Canny

**Vicepresidente**

Jose Antonio Castro Echecopar

**Secretario**

Angelo Pinasco Dellepiane

**Tesorero**

Benedicto Cigüeñas Guevara

**Vocales**

Juan Paredes Rosales  
Fernando Ascenzo Chepote  
Juan Rodolfo Wiesner Rico  
Yoselyn Malamud Kessler  
Pablo Ferreyros Cabieses

**Gerente General**

Arturo Medina Castro

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

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

**Edición**

Integra Comunicación Corporativa S.A.C.  
Alameda Rafael Larco Hoyle 103  
San Borja  
225-6195 / 226-8680  
prohassinforma@prohass.com.pe

**Editor General**

Víctor Limas Garragati

**Coordinador General**

César Gerardo Gallegos

**Jefe de Redacción**

Ronnie Rojas

## 8 La tarea es mantener los mercados

Jorge Barrenechea, Jefe de Senasa, asegura que el objetivo de su entidad es trabajar para darle a las inversiones agroexportadoras un horizonte seguro.



## 6 Exitosa campana 2017

Este año las exportaciones peruanas de palta Hass crecerían más de 20% en volumen respecto a lo enviado en la campaña pasada. Este crecimiento se debe al aumento en la producción de este fruto en varias partes de la sierra y norte del país.



## 14 SuperFoods conquista los mercados

El gobierno promociona la campaña SuperFoods Perú, con la que se busca posicionar a los alimentos peruanos de origen agrícola y pesquero a nivel mundial.



## 20 Más siembra de paltos

Caslo S.A. socio fundador de ProHass, comenta sobre la calidad de nuestra palta y de su desarrollo empresarial.



## 26 Campaña local

La empresa Camet Trading ofrece al mercado local dos presentaciones de palta Hass de exportación Premium con el uso de la tecnología "lista para comer" a través de una cadena de supermercados.



## 38 Gira Técnica Aguacate Perú 2017

La empresa Tecnogiras organizó una gira técnica del aguacate que abarcó las zonas productoras de Ica y La Libertad. En la misma, participaron en su gran mayoría productores colombianos, así como también algunos mexicanos, chilenos y peruanos.

## MANTENER Y BUSCAR NUEVOS MERCADOS



Daniel Bustamante Canny,  
presidente de ProHass

Según las últimas cifras en la campaña de este año, las exportaciones peruanas de palta Hass crecerían alrededor de 20% respecto a lo enviado en la campaña pasada (180.000 toneladas), a pesar del impacto de El Niño Costero, la producción en general de la fruta ha sido favorable y a ello se suma la incorporación de nuevas siembras tanto en la costa central como en el norte y en la sierra, que empiezan a contribuir a la producción nacional. Ha sido una buena campaña gracias al esfuerzo de todos los integrantes de este sector.

En cuanto a la demanda de los mercados tradicionales estos han sido favorables. Europa representa alrededor de 60% (un incremento de 6% con respecto al 2016) de los envíos y Estados Unidos un 30% (un incremento de 99% con respecto al 2016), que también aumentó los pedidos. Un 5% se va a Asia (un incremento de 105% con respecto al 2016) y otro 5% al resto de América (un incremento de 7% con respecto al 2016). Se destaca la apertura de Argentina y la Asociación está trabajando para ingresar a nuevos mercados como Nueva Zelanda, Australia, Colombia, Corea y México, a pesar de ser el primer exportador de la palta, ofrece oportunidades de envíos a algunas localidades.

Al respecto, es importante que se abiertan estos mercados y junto a ello, también los esfuerzos de los diversos actores deben

centrarse en mantener nuestra presencia en los que están abiertos, así como mejorarlos. Ello permitirá a los productores y exportadores contar con un gran abanico de opciones para colocar sus productos en los diferentes países, de acuerdo a su producción. Por ejemplo Argentina consume paltas de calibre pequeños y en Europa prefieren las medianas. En ese sentido, el gremio viene trabajando de la mano con el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) para la apertura de todos los destinos posibles.

Hay que destacar también el trabajo que viene realizando la Organización Mundial de la Palta (World Avocado Organization) en promocionar la palta Hass. Así está en marcha la primera gran campaña de marketing en Europa, con un presupuesto de 2.5 millones de euros (US\$ 2.85 millones). Que bajo el lema "Palta, el fruto de la vida", se centra principalmente en el Reino Unido, Francia, Suecia, Alemania y Noruega. Esta iniciativa ha tenido gran aceptación y apoyo por parte de las cadenas de supermercados, y se ha trabajado mucho con las redes sociales, relaciones públicas, actividades al aire libre y digitales. Europa es el segundo mayor mercado mundial de palta, y está creciendo tan rápido que podría ser el más grande en los próximos cinco años.



# Institucional



## WAO: excelente campaña de marketing

Es aplaudible la iniciativa de la Organización Mundial de la Palta (World Avocado Organization), que viene realizando la primera campaña de marketing en Europa. La organización sin fines de lucro ha lanzado una ambiciosa campaña de marketing con un presupuesto de 2.5 millones de euros (US\$ 2.85 millones). Utiliza el lema "Palta, el fruto de la vida", y se desarrolla principalmente en el Reino Unido, Francia y Alemania.

World Avocado Organization (WAO) representa a los productores, exportadores e importadores de palta Hass de los países como México, Perú, Sudáfrica y los Estados Unidos.

La campaña se centra en relaciones públicas, medios sociales, actividades al aire libre y digitales, junto con el lanzamiento de un libro de cocina multilingüe en línea. La WAO también se ha asociado con supermercados clave en importantes plazas para promover aún más la palta, incluyendo Costco y Tesco en el Reino Unido, y Lidl y Carrefour en Francia.



En el 2016, los europeos consumieron más de 370,000 toneladas de paltas y para finales de este año se espera que esta cifra llegue a 400,000 toneladas. Hay que tener en cuenta que Europa es el segundo mayor mercado mundial de palta. Está creciendo tan rápido que podría ser el más grande en cinco años.

En el 2016, los europeos comieron más de 370,000 toneladas de paltas y para finales de este año se espera que esta cifra llegue a 400,000 toneladas. Hay que tener en cuenta que Europa es el segundo mayor mercado mundial de palta. Está creciendo tan rápido que podría ser el más grande en cinco años.

## Crecimiento en cada año

El consumo de palta en los mercados tradicionales viene creciendo cada año gracias a las labores promocionales que realiza ProHass tanto en Estados Unidos como en Europa. Así, se invierte dinero en promoción para dar a conocer los beneficios de la palta Hass sobre todo en salud y nutrición que están totalmente demostrados.

Al respecto, este año las empresas peruanas enviarán más palta a Asia; sin embargo, todavía hay mucha labor que hacer para promocionar su consumo. Por ejemplo, en China, que es un mercado tan grande todavía no conoce mucho la palta. Por eso es importante promocionar sus atributos para apoyar el crecimiento de este mercado y comiencen a consumir este producto a niveles que consumen otros tipos de frutas.

En esta presente campaña se prevé una menor producción de paltas en los países que de alguna manera compiten con Perú en las mismas semanas, como es el caso de Estados Unidos, que tiene un déficit productivo que puede ser favorable para la producción peruana.



## En busca de más destinos

# Por buen camino la campaña 2017

**E**n la campaña 2017, las exportaciones peruanas de palta Hass crecerían más de 20% en volumen respecto a lo enviado en la campaña pasada. Este crecimiento se debe a que en los últimos dos años el país no tuvo su real crecimiento productivo debido a los efectos climáticos. A pesar del impacto de El Niño Costero, la producción en general ha sido buena. Sus efectos quizás se aprecien en la campaña del 2018, ya que cuando empezaron las lluvias, los frutos ya se encontraban en los árboles.

Junto a ello, se suma la incorporación de nuevas siembras tanto en la costa central como en el norte del país y en la sierra, que comienzan a contribuir a la producción nacional. Se han sembrado nuevas hectáreas de palta Hass que entrarán en producción en menor volumen este año y mayores rendimientos en los próximos años.

En esta campaña se siente mucha demanda por la palta peruana. Si bien tenemos los mercados tradicionales como son Europa y Estados Unidos, la Asociación viene trabajando para la apertura de nuevos

mercados como Nueva Zelanda, Australia, Colombia y México. Ello permitirá a los productores y exportadores contar con un gran abanico de opciones para colocar sus productos en los diferentes países.

Saludamos y damos la bienvenida a la empresa Corporación Frutícola de Chinchá (Fruchinchá), que desde junio es parte de ProHass. Es la primera agroexportadora que se integra a la institución, que en conjunto con los demás asociados tenemos el reto de mejorar en cada campaña, como es exportar la palta Hass peruana de muy buena calidad.



## En autobuses y taxis londinenses

A mediados de julio, las paltas tomaron el control de las carreteras de Londres. La WAO desplegó sus autobuses Avocado Fruit of Life y sus taxis negros en una gran gira por Londres. Los pasajeros usaron los hashtags #AvoBus y #AvoCab para compartir fotos de sus "viajes Avo" en las redes sociales. También participaron en un sorteo de Instagram para ganar una tarjeta de regalo y abastecimiento de paltas de verano.

Esta táctica de la primera campaña de marketing en Europa para las paltas, incluye las asociaciones con Costco y Tesco en el Reino Unido; Carrefour, Monoprix, Lidl y Costco en Francia; Edeka en Alemania; Bama en Noruega; ICA en Suecia y Costco en Islandia. Además, la WAO también promociona la "super-fruta" a través de los medios sociales favoritos del Reino Unido, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y Pinterest.



**Jorge Barrenechea, Jefe de Senasa:**

**“La tarea es mantener los productos en los mercados”**

*Luego del ingreso de muchos productos agrícolas a diferentes países del mundo, ahora el reto es mantenerlos y mejorarlos en el tiempo. Jorge Barrenechea Cabrera, Jefe del Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), asegura que el objetivo de su entidad es trabajar para darle a las inversiones agroexportadoras un horizonte seguro.*

**En este panorama donde cada vez más productos peruanos se vienen exportando a otros continentes ¿Cuál es el papel de Senasa?**

Hay varias líneas a trabajar. En este momento la principal tarea es mantener los productos en los mercados abiertos. En la actualidad contamos con muchos destinos, como Estados Unidos, Europa, Japón, China, entre otros.

La otra línea tiene que ver en cómo hacer mejor el trabajo de inspección fitosanitaria, ya que los volúmenes de exportación

están creciendo cada año. Tenemos mucha actividad por desarrollar y hay que facilitar y adecuarnos a la dinámica del productor y exportador. Para ello se tiene que ofrecer el mejor servicio, contar con más inspectores, procedimientos más sencillos, entre otros temas. También estamos promoviendo la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) que está facilitando en ofrecer un buen servicio a los productores de frutos y vegetales.

Otro objetivo es acceder a nuevos mercados, ya que hay una agenda pendiente

con algunos países de Asia, México, Australia y Nueva Zelanda. Son mercados importantes para nuestros productos, como es el caso de la palta Hass. Para ello estamos trabajando con la Asociación de Productores de Palta Hass (ProHass) para la apertura de la fruta en estos países.

También trabajamos para evitar que ingresen nuevos problemas sanitarios en el Perú. Así, uno de los roles fundamentales de la institución es prevenir el ingreso de nuevas plagas al país, para ello se toma todas las medidas necesarias para este fin.



**¿Cómo vienen trabajando en el tema de insumos de plaguicidas?**

Seguimos trabajando en el tema de insumos. ProHass es uno de los gremios que más usa la ley de consumo propio de plaguicidas y lo hacen de una manera bastante responsable y rigurosa para proveer a sus socios buena calidad y así cumplen con las normas de Senasa. Otro tema importante es la inocuidad, que se está integrando no solo las actividades de control de plagas, sino ahora estamos adicionando actividades de este tema que cada día cobra más importancia y es más requerida en el mundo.

**¿Al cierre del 2017 cuanto prevé que aumentaría la emisión de certificados sanitarios para los productos vegetales?**

Estimamos que este año podríamos estar llegando a los 100 mil certificados. En el 2016 se emitieron más de 90,000 documentos.

**¿Qué medidas fitosanitarias han implementado para este año?**

Tenemos las prácticas habituales. Ahora se cuenta con un procedimiento integrado de certificación sanitaria y fitosanitaria, vinculando las plagas con la inocuidad, que antes no se contaba. Seguimos trabajando en cumplir con los procedimientos que permitan la exportación de la palta Hass y control de la materia seca, vinculado con el tema de la mosca de la fruta y las certificaciones necesarias.

**¿Cuánto afectó a la agricultura El Niño Costero durante los primeros meses del año?**

No se presentaron problemas de transmisión de plagas y enfermedades, sino este impacto de la naturaleza causó destrucción de algunos campos de producción y afectó los sistemas de riego. En el tema sanitario no se presentaron mayores problemas, menos en la palta. Sí se tuvo inconvenientes relacionados con mano de obra, corte de caminos, provisión de aguas, entre otros. En todo momento la institución dio las facilidades a los productores para que puedan recibir los servicios necesarios.

**¿Este año se han presentado alguna anomalía de plagas?**

El rol principal de Senasa es que no entren más plagas a la agricultura peruana, y si entran tratar de controlarlos y erradicarlos. En los últimos años no se ha presentado ninguna plaga relacionado con la palta Hass.

**¿Cuáles son los mercados y qué productos están negociando su ingreso a otros países?**

Este año se abrió el mercado argentino. Tenemos en cartera otros países en Asia, Australia, Nueva Zelanda y México, que están pendientes. En este último país está en proceso su entrada, ya que a pesar de ser el mayor productor de palta Hass del mundo, cuenta con sectores donde el país podría colocar ciertos productos como la palta Hass, porque sus habitantes tienen alto consumo de la fruta.

**¿Falta trabajar el mercado Interno?**

Es un tema pendiente porque el peruano todavía no está acostumbrado a comer la palta Hass al mismo ritmo que come la palta fuerte. Entendemos que es una tarea de ProHass en conjunto con los productores peruanos, para promover el consumo interno en el país de la fruta.

**¿Qué otros productos están en espera para su exportación?**

Tenemos muchos productos que ya tienen acceso a los principales mercados y otros están en gestión. Ya no estamos hablando de los tradicionales como palta, uva, cítricos, espárragos, sino de otros frutos como la granada, higo, arándano, fresa, frambuesa, mora, kiwi, entre otros. Contamos y estamos ofreciendo una batería de nuevos productos.

Hace poco los arándanos peruanos ya tienen acceso a Chile. La exportación también depende de la dinámica y las buenas relaciones que se tenga con el país a tratar. Una línea prioritaria es continuar abriendo más mercados. Tenemos más de 200 productos que se vienen negociando para su ingreso a otros países.

**“Tenemos más de 200 productos que se vienen negociando para su ingreso a otros países”.**

**“Estimamos que este año podríamos estar llegando a los 100 mil certificados”.**



**¿Qué nuevas técnicas de control de plaga están impulsando?**

Hay diferentes formas de controlar una plaga, los más usados son el control cuarentenario y el control de plagas en campo. La primera busca la eliminación total de la plaga y se avoca para el comercio exterior, mientras que la otra hace que la plaga se reduzca a niveles que no generen daño. Uno de los métodos cuarentenario es el pérmico (frío o caliente). El frío se aplica en la exportación de uva y cítricos a los Estados Unidos. El caliente se usa para la exportación de los mangos.

La otra forma de controlar es el método químico, como se hace con los espárragos a Estados Unidos. También está la combinación de gases que no se aplican en el país. El otro es el radioactivo que no se usa, pero cuando se exporta granadas e higos al extranjero se irradian con este método, para ser distribuida al mercado norteamericano.



**¿Cómo vienen trabajando con las plantas empacadoras?**

En general hay más de 250 plantas de procesamiento en el país, de ello, 20 corresponden a la palta Hass. De manera permanente tenemos reuniones con ellos, porque las plantas de empaques es uno de los puntos críticos donde hacemos nuestra labor. Hay una buena relación y coordinación con este sector, ya que no tenemos mayores dificultades.

**¿Qué retos tienen como jefe de Senasa?**

Muchos. Siempre estamos inconformes con el trabajo y hay varios temas regulatorios por trabajar. Entre ellas está la promoción de la ley de fortalecimiento de Senasa, para integrar los reglamentos, ya que tenemos 21 decretos supremos aprobados. Queremos actualizar nuestro Texto Único de Procedimiento Administrativo (TUPA) y los procedimientos internos.

En el tema de atención de servicio, se cuenta con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), que es una plataforma virtual que tienen 14 entidades de mercancía restringidas. Aquí Senasa realiza la mitad de todos los procesos y queremos que sea más todavía. También tenemos una línea de desarrollo de atención de servicio por celular y ya tenemos un app, que se puede descargar de manera gratuita. La idea es acercarnos más al ciudadano. También tenemos una plataforma de redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) que nos permite una mejor comunicarnos con los usuarios.

**¿Qué acciones vienen realizando para erradicar la mosca de la fruta?**

En el tema técnico, estamos impulsando un proyecto de inversión pública con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por 200 millones de dólares, para erradicar el tema de la mosca de la fruta e inocuidad en general.

**¿Cómo ha sido el trabajo con ProHass en esta última campaña?**

La buena relación con ProHass es histórica. Con ellos tenemos una dinámica de trabajo permanente y no tenemos problemas. No hay que olvidar que se otorga 100 mil certificados al año, es decir, alrededor de 300 certificados diarios. Si se encuentra algún inconveniente con algún cargamento de inmediato se trata de corregir algún impase entre el gremio, los productores y las empacadoras.

**¿Qué aspectos le falta por mejorar a la cadena de exportación de productos para acelerar su crecimiento?**

Hay temas externos e internos. En esta última se va emitir un nuevo texto único de procedimientos administrativos que facilitará la atención de los servicios. Queremos potenciar la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) con algunos procedimientos que nos faltan, así como facilitar también los registros de productos de insumos químicos y plaguicidas que también son una herramienta de ayuda para el productor. También es necesario incrementar la coordinación con los productores, empacadoras y los gremios.

**Hidrostral**  
SOLUCIONES CON TECNOLOGÍA

Salmon, VANTON, Q-Pumps, YAMADA, John Crane, ROPER PUMPS, FINISH THOMPSON INC., WEG, MOYNO™, PULSAFEEDER

**HIDROSTAL S.A.**

- LIMA Sede central, Portada del Sol 722 - Lima 36, ventas@hidrostral.com.pe
- LIMA Tienda, Paseo de la República 2500 - Lima 14, fax: 441-8560, lince@hidrostral.com.pe
- PIURA Zona Industrial Mz. 229 Lote 1E, Telf.: (73) 331-031, piura@hidrostral.com.pe
- AREQUIPA Avenida Parra 306 - Cercado Telf.: (54) 214-090, arequipa@hidrostral.com.pe

**319-1000**  
www.hidrostral.com.pe

BAC, CERT ISO 9001 ISO 14001

**¿Este año con qué presupuesto cuentan y en qué temas le han dado prioridad?**

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) destina un presupuesto de un poco más de 200 millones de soles, que está dirigida a los programas presupuestales de sanidad animal, vegetal e inocuidad alimentaria. Tenemos 800 objetivos institucionales todos los años y nuestro campo de acción llega a 1680 distritos del Perú, es decir, cubrimos el 88% del territorio nacional, trabajamos en fronteras y en 27 direcciones ejecutivas, con casi 700 locales.

**¿Cuál es la participación de la institución para impulsar la campaña "Superfoods Perú"?**

Para nosotros todos los alimentos son importantes. Nuestra línea de acción es velar que todos los productos que se exportan salgan en perfectas condiciones. Dentro de ellos están los superalimentos peruanos que se están promocionando como la quinua, kiwicha, cañihua, maca, yacón, sachá inchi, maíz morado, camu camu, chirimoya, entre otros. A través del Programa "Alimentos del Perú", Mincetur trabaja junto al Ministerio de Agricultura y Riego, Ministerio de la Producción, Ministerio de Salud, Senasa y Promperú, para acelerar los accesos sanitarios, innovar en la oferta exportable, y generar nuevas herramientas de promoción de exportaciones.



**"Nuestro campo de acción llega a 1680 distritos del Perú, es decir, cubrimos el 88% del territorio nacional, trabajamos en fronteras y en 27 direcciones ejecutivas, con casi 700 locales".**

**¿Cómo viene trabajando la brigada canina de Senasa?**

El objetivo primordial es evitar el ingreso de nuevas plagas. Para ello existen varios métodos, una de ellas es el control físico (observación de inspector). Hay dos métodos no intrusivos, uno vía escáner y otro se realiza con la brigada canina. Se cuenta con 30 perros aproximadamente en varias zonas del Perú, así como en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y en Arequipa, Moquegua y Tacna, que nos ayudan para controlar el ingreso de los productos de riesgo. Su trabajo de ellos es muy valioso, ya que nos ha permitido quintuplicar las detecciones.

**Tractores Massey Ferguson MF3600GE:**

**Agilidad y potencia**

*Ferreyros estrenará en noviembre la serie MF3600GE de la marca Massey Ferguson en el marco de la feria Tecnoagro. Estas nuevas máquinas son idóneas para trabajar en el cultivo de la vid y se caracterizan por tener 1.27 metros de altura al volante, menor radio de giro y bajo consumo de combustible.*

**E**sta nueva gama de tractores que pronto se estrenará en el país, logra estas ventajas técnicas, gracias a sus motores de tres cilindros, turbo intercooler e inyección common rail. La serie 3600GE cuenta con tres modelos para nuestro mercado: el 3640GE de 84CV, el 3650GE de 92CV y 3660GE de 102CV, los cuales condiciones. Además estos equipos pueden venir con cabina y semi plataforma. Los tractores utilizados en las plantaciones de uvas en el Perú trabajan bajo los parrones donde se cultiva la fruta. La menor altura al volante permite al operador trabajar más cerca al suelo y reducir de manera significativa la probabilidad de dañar el producto.

Ferreyros desarrollará pruebas en campo con los primeros modelos de la serie 3600GE, que llegarán a Perú en octubre. La idea es probarlo en diferentes regiones y bajo diferentes cargas de trabajo.



Con esta nueva serie, Ferreyros y Massey Ferguson consolidan su liderazgo en la categoría de tractores compactos, los cuales atienden principalmente al segmento de agroexportación para cultivos de uvas, cítricos, paltas, arándanos, granados, entre otros.

**LOS TRACTORES MÁS FUERTES PARA EL CAMPO, CON EL MEJOR SERVICIO POST VENTA.**

**MF4283 Compacto**

85 cv



Facilidad de mantenimiento.



Bajo costo de mantenimiento.



Alto valor de reventa.



626-4000

clientes@ferreyros.com.pe

/Ferreyros.SA

www.ferreyros.com.pe

988474662

**Red de sucursales y oficinas:** Tumbes, Talara, Piura, Lambayeque, Trujillo, Chimbote, Lima, Ica, Arequipa, Tacna, Cajamarca, Huaraz, Cerro de Pasco, Huancayo, Cusco, Ayacucho, Puno, Challhuahuacho, Curipata, Espinar, Iquitos, Tarapoto, Pucallpa, Huánuco, Jaén, Bagua, Puerto Maldonado.

**FERREYROS S.A.**  
Distribuidor exclusivo Massey Ferguson



Perú, tierra de los súper alimentos:

## SuperFoods conquista los mercados



Luis Torres, director de Promoción de Exportaciones de PromPerú.

*A inicios del año, el gobierno lanzó la campaña SuperFoods Perú, marca con la que se busca posicionar a los alimentos peruanos de origen agrícola y pesquero a nivel mundial. A la fecha, los resultados saltan a la vista, en los países donde se han presentado han logrado una buena aceptación.*

Luis Torres, director de Promoción de Exportaciones de PromPerú, indica que la campaña busca que el mundo conozca nuestra oferta de productos agrícolas y de mar, y posicionarnos como una gran despensa. La marca país está ampliando su mirada y en esa línea ha diversificado su propuesta. Hoy la acompaña la submarca: Superfoods Perú. La intención es posicionar los alimentos peruanos que ostentan propiedades nutricionales (como la quinua, la maca, entre otros) y hacerlo fuera de nuestras fronteras, específicamente en el mercado europeo, pero también en el americano y asiático.

Esta iniciativa constituye la primera novedad en materia de “branding” del país desde el de la marca Perú (marzo del 2011). Su objetivo es posicionar a nivel internacional la calidad, variedad y beneficios de la oferta peruana de alimentos. La marca servirá para potenciar un sector –la agroexportación– que ha logrado mantenerse en alza a pesar de la débil demanda por exportaciones no tradicionales peruanas. De hecho, fue el único que el año pasado tuvo una expansión (6.4%). “La campaña tiene el objetivo de comunicar la calidad, el origen, los modelos de negocios de las empresas de alimentos del Perú, así como su vinculación con la gastronomía”, agrega.

## Alentar el consumo interno

Torres señala que el principal objetivo de su creación es promocionar la oferta peruana de alimentos funcionales y benéficos para la salud en el mercado internacional, contribuyendo así a alcanzar la meta trazada por el gobierno de duplicar la exportación de alimentos al 2021; además de fortalecer del sector empresarial exportador.

A partir de ello se han trazado dos metas: el desarrollo y difusión de esta oferta de alimentos a los consumidores peruanos y extranjeros, y segundo, contar con un elemento distintivo para los alimentos funcionales, independientemente del origen de producto, naturaleza o presentación.



## Estrategias para un mejor posicionamiento

El ejecutivo indicó que la marca nace bajo el programa Alimentos para el Mundo impulsada por el Mincetur, siendo desarrollada por PromPerú como ejecutor de las acciones de promoción. La estrategia principal es la puesta en valor de la oferta exportable peruana conforme a las nuevas tendencias del mercado, tomando como ejes principales: la biodiversidad nativa; el posicionamiento de la gastronomía peruana y el desarrollo del sector empresarial.

En la actualidad se vienen desarrollando varias actividades para la difusión,

promoción y posicionamiento de la marca. El lanzamiento oficial se realizó en la feria Fruit Logística (Alemania), principal plataforma mundial de negocios para el sector de frutas y hortalizas.

Hasta mayo del presente año, el avance del plan de las actividades en Europa y Norteamérica es de 45% participando en eventos como Biofach (Alemania), Seafood Expo Global (Bélgica), Seafood Expo North, y Natural Expo West (Estados Unidos). Próximamente en la feria Summer Fancy Food en Nueva York, principal vitrina para los alimentos gourmet de Norteamérica.

Estas actividades de promoción han totalizado 1,500 metros cuadrados

de exhibición, cerca de 200 empresas exportadoras, contactos con 3,444 empresarios de 134 países, generando US\$ 424 millones en proyecciones de negocios.

Para este año, se tienen programadas más de 40 actividades comerciales en coordinación con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX) y las misiones diplomáticas del Perú en el extranjero. A través de las OCEX se han desarrollado más de 42 activaciones en Milán, Lisboa, Madrid, Tel Aviv, Taipei, Hamburgo, Moscú, Estambul, Toronto, Miami, Sao Paulo, entre otras. El resultado ha sido un posicionamiento de nuestra oferta de la mano con nuestra gastronomía.

Agrega que todo este trabajo no sería posible sin el compromiso de ADEX, AGAP, COMEXPERU y la Cámara de Comercio de Lima, que promueven en el interior del país y en el extranjero el uso de la marca por parte de sus asociados.

Para el resto del año, se ha programado la presencia de la marca en eventos comerciales especializados como Asia Fruit Logística (Hong Kong) y PMA (Estados Unidos), donde además ProHass tiene un papel protagónico en la promoción de la palta peruana.

## Aumento de sus exportaciones

El ejecutivo de PromPerú afirma que en el 2016 las cifras de exportaciones de los superalimentos alcanzaron los US\$ 1,806.7 millones, lo que significó un aumento de 14% en relación al año anterior. “Este rubro viene mostrando un incremento sostenido desde hace varios años. Por ejemplo, en el 2011, los envíos sumaron US\$ 871.8 millones, lo que significa que han venido creciendo en 15.7% en promedio anual. Actualmente los más demandados son espárrago, palta, cacao, arándano, quinua, castaña y granada. Entre los principales mercados de destino están Estados Unidos, España, Países Bajos, así como Reino Unido y Canadá, entre otros”.

Señaló que es importante mencionar que la industria de alimentos en el Perú, y en especial, las frutas y hortalizas frescas, han alcanzado estándares de calidad e inocuidad reconocidos por los compradores y consumidores extranjeros, contando con certificaciones que permiten proyectar confianza y responsabilidad.

En el primer cuatrimestre del año, los productos pesqueros considerados superalimentos alcanzaron los US\$ 400 millones, lo que significó un incremento de 43% en relación al mismo periodo del año anterior. Los productos que registraron mayores envíos son la pota, caballa, truchas, langostinos y pejerrey. Los destinos que mostraron un crecimiento más relevante fueron los asiáticos como China, Corea y Japón, también Rusia y Brasil. España sigue manteniéndose como uno de los más importantes. Mientras los productos agrarios integrantes de la relación de Super Foods Perú lograron alcanzar los US\$ 381.8 en el mismo periodo.

## Estilos de vida más saludable

Esta promoción se realiza considerando las nuevas tendencias de los clientes y su preocupación por estilos de vida más saludables. Asimismo, es construida con los parámetros de la Marca Perú, y agrupa actualmente a 150 productos de alto nivel nutricional, que son exhibidos en las más importantes ferias del mundo.

Según las nuevas tendencias del mercado mundial, Torres señala que las ventas en el 2017 se espera que alcancen los US\$ 1.7 trillones, ello como resultado del crecimiento en la demanda de productos funcionales, orgánicos y naturales, ya que su consumo se ha convertido en un estilo de vida, que busca más bienestar y alcanzar una mayor expectativa de vida en la población.

De acuerdo al The Nordic Nutrition Recommendations (NRR) el porcentaje de mujeres y hombres en los países nórdicos que tienen sobrepeso han aumentado en las últimas décadas. Sin embargo, en los últimos años los hábitos y tendencias de la población adulta se han orientado hacia el consumo de alimentos saludables y orgánicos, lo que ha generado que este nicho llegue a un valor de mercado de alrededor de 1,000 millones de euros con una proyección de crecimiento de 20% para los próximos años.

Igualmente en Australia, muchos consumidores buscan reducir el consumo de azúcar y grasas, así como los ingredientes artificiales, alimentos transgénicos, y los que utilizan pesticidas y hormonas en su producción, por lo que la demanda de alimentos orgánicos supera la oferta en un 40%, según datos publicados por Australian Organic.

Agrega, que se debe considerar que las presentaciones que van mostrando aumentos son los tipos ‘ready to eat’, frutas ‘easy peelers’ y las freshcut, que son parte de los nuevos desarrollos de productos que los empresarios peruanos han iniciado. Todas estas tendencias han impulsado el incremento en la demanda de los superalimentos locales en los últimos años.

## Acceso a la marca

Torres indica que para poder acceder al uso de esta marca, el productor deberá ser licenciatario de la Marca País. Para acceder a esta se debe ingresar a la página web peru.info y crear una cuenta para poder presentar y hacer seguimiento de su solicitud; así mismo un representante del área de Gestión de Marca de PromPerú se contactará con la empresa solicitante para acompañarlo en un evaluación y posteriormente representantes de la misma institución de los departamentos de agronegocios o pesca harán la validación.

Es necesario mencionar, que se ha desarrollado un manual de identidad visual sobre el uso de la marca Super Foods Perú, de manera que los licenciatarios de la marca puedan hacer un correcto uso de ella. También se vienen planificando algunas presentaciones en coordinación con los gremios empresariales para el uso de los asociados que lo soliciten.

Al ser parte de esta marca, los exportadores peruanos obtienen una recomendación del gobierno de cara a los compradores internacionales. Ven sus productos exhibidos en las principales ferias de alimentos mundiales, impulsados por voceros de reconocimiento internacional, como Claudio Pizarro en Europa y Manuel Villacorta en los EE.UU. Además, el portal oficial les brinda un espacio de contacto con importadores de todo el mundo.

Algunos de los superalimentos peruanos que se promocionan bajo esta marca son la quinua, la kiwicha, cañihua, maca, yacón, castañas, algarrobo, sacha inchi, el maíz gigante del Cusco, el maíz morado, camu camu, chirimoya, guanábana, lúcuma, mangos, uvas, mandarinas y la anchoveta, además de otros alimentos ya conocidos internacionalmente, como los arándanos, espárragos, brócoli, palta, granada, cacao y chocolates.



Luis Torres de PROMPERÚ, el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, y Claudio Pizarro, futbolista peruano, quien es vocero internacional de la marca “Superfoods Perú”.

## Jugador clave, la palta Hass

El ejecutivo afirma que la palta es una de las frutas más representativas de la lista de esta campaña y se ubica en el segundo lugar de exportaciones de este grupo. Los principales mercados son Países Bajos, España, Estados Unidos y Reino Unido. “La calidad de nuestro producto es reconocida en muchos lugares. Según el portal TRADEMAP, Chile, considerado el cuarto mayor exportador de palta a nivel mundial, también consume la palta peruana”.

“Cabe destacar que este producto llega a los mercados más lejanos como Japón, Hong Kong, Israel y China, en donde está presente desde el 2015; y como mencionamos anteriormente, ProHass con el soporte de PromPerú y las OCEX, ha podido tener una importante presencia en mercados como China, Japón y otros”, resaltó Torres.

El país produce de 30 de estos alimentos, entre granos, frutas, hortalizas y pescados azules. El cacao por ejemplo es una excelente fuente de antioxidantes, las uvas Red Globe contienen minerales y antioxidantes. En tanto, la palta Hass, que es la más comercializada en el mundo, contiene 12 de las 13 vitaminas existentes, es rica en minerales como potasio y magnesio, entre otros. Además, tenemos la ventaja que estos alimentos crecen en casi todos los pisos ecológicos del país y a diferentes altitudes.



## Estrategias de marca

La intención es llevar Superfoods a los medios tradicionales del exterior. Están considerando la propuesta de una cadena (de TV) para usar una red de noticieros. La expectativa es la de posicionar la marca hacia el 2018. Por lo pronto, el camino está fijado.

El isotipo de la marca busca representar la riqueza del reino vegetal, al igual que la de la vida marina, así, la marca está también presente en actividades que realiza Promperú: desde las gastronómicas (en donde chefs peruanos podrán preparar platos a base de superfoods) hasta las de turismo (en donde la presencia de la sección gastronomía estará garantizada).

Los superfoods se sustentan además con estudios toxicológicos, bromatológicos, nutricionales, entre otros. Se recuerda que la Autoridad Sanitaria de la Unión Europea obliga desde el 2003 a que las instituciones como Mincetur y Promperú apoyen a las empresas para que no se limite el crecimiento de las exportaciones de alimentos superfoods.



### Web site interactiva:

Además de las herramientas comerciales mencionadas, la marca a través de la Dirección de Imagen de PROMPERÚ, ha implementado acciones de difusión e información a través del site:

<http://peru.info/es-pe/superfoods>

## También en Expo Amazónica 2017

Como una excelente oportunidad para posicionar la marca Super Foods Perú, calificó el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros Küppers, el evento ExpoAmazónica 2017, que se realizará simultáneamente en Tarapoto y Moyobamba del 10 al 13 de agosto, informó la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ.

“Esta actividad permitirá posicionar los superalimentos típicos de la Amazonía, como el sacha inchi, el camu camu, el aguaje, los palmitos, la cocona, la carambola, los ajíes, la estevia, el paiche y la gamitana, entre otros, así como nuestros productos bandera como el café y el cacao, a los que se sumarán la oferta maderable y



los artículos de regalo y decoración”, detalló. El evento tendrá más de 400 stands de exhibición de los principales exportadores, productores, proveedores y comerciantes de las regiones amazónicas. A través del trabajo conjunto entre PROMPERÚ y las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX), 30 compradores internacionales provenientes de Estados Unidos, Colombia, Chile, Holanda, Reino Unido, Rusia, Alemania, España, Portugal, Francia,

Canadá, Italia y Corea del Sur se harán presentes en la rueda de negocios.

Expoamazónica 2017 espera recibir a más de 40,000 visitantes en todas sus actividades. Este evento es organizado por el gobierno regional de San Martín y el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), con el apoyo de DeVida, PromPerú, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), ProInversión, el Ministerio de la Producción y Alianza Cacao Perú.

## Estrategia de Hortus S.A.:

# Insumos de calidad para mejores resultados

Fue fundada el 16 de mayo de 1956 por cinco ingenieros agrónomos peruanos, y en la actualidad es manejada mayoritariamente por peruanos. El accionista mayoritario es el grupo Agrícola Nacional SAC (ANASAC), empresa chilena dedicada a la producción y comercialización de toda clase de insumos, productos, maquinarias y equipos destinados a los sectores agrícolas, forestales, frutícolas, ganaderos, industriales y agroindustriales.

Hortus comercializa productos agrícolas de calidad superior, con óptimos resultados

en todos los valles del Perú. Brinda asesoría técnica directa de primer nivel al agricultor, asegurando el éxito de su negocio. Además cuenta con dos grandes líneas: agroquímicos y semillas. También comercializa como complemento del mix: nutrición vegetal, equipos, jardinería, sanidad ambiental y fertilizantes.

Para brindar un mejor servicio a sus clientes, cuenta con 30 sucursales a nivel nacional, representante técnico comercial, asesores técnicos, desarrollistas y ejecutivos comerciales especializados en el sector, que les permite ofrecer una adecuada

cobertura del territorio nacional.

Asimismo, la empresa tiene un capital humano valioso constituido por más de 180 personas entre empleados y obreros, todos altamente calificados e identificados con los objetivos y fines de la compañía y con los deseos de brindar todos sus conocimientos y esfuerzos al servicio y desarrollo de la agricultura nacional. Se destaca que está catalogada como AA en el sistema financiero nacional, ya que está comprobada su solvencia y es uno de los principales contribuyentes para las arcas del fisco.

## Eficacia de manvert foliplus para mejorar cuajado y producción en el cultivo de palto hass

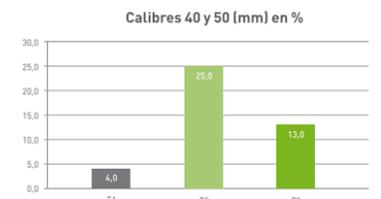
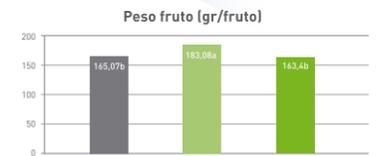
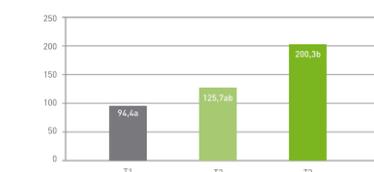
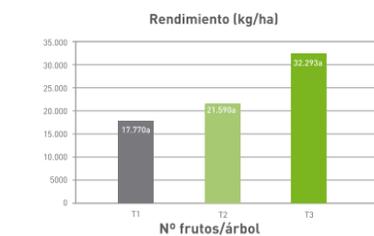


### 1. TRATAMIENTOS

Nº	Nombre producto	Dosis	Estadio
1	Estándar comercial	1,5 l/ha	50% flores abiertas
2	Estándar comercial manvert foliplus	1,5 l/ha 2,0 l/ha	50% flores abiertas
3	Estándar comercial	1,5 l/ha	50% flores abiertas
3	manvert foliplus	2,0 l/ha	Fruto en estado de pre aceituna

### 2. RESULTADOS

Los resultados han sido:



### 3. CONCLUSIONES

Los tratamientos con manvert foliplus independientemente de su estadio de aplicación han conseguido un mayor rendimiento y número de frutos por árbol si se compara con el estándar comercial solo. Es decir ambas tienden a mejorar la capacidad productiva del cultivo.

Contacto: Daniel Sánchez  
Celular: 965395264  
correo: dsanchez@hortus.com.pe

[www.hortus.com.pe](http://www.hortus.com.pe)



Así lo destaca una de las primeras asociadas de ProHass:

**"Ofrecemos la mejor palta Hass para el mundo"**

*A base de mucho esfuerzo y dedicación, Caslo S.A. viene creciendo y afianzándose en el aumento de producción de palta Hass en el país. Su gerente general, Susana Castillo Lozada, cuenta que desde hace 15 años está inmersa en este negocio y ahora tiene proyectado ampliar hasta 60 hectáreas la siembra de este fruto en la zona de Huacho.*

**S**i bien en la actualidad la empresa se viene consolidando con el pasar de los años, la ejecutiva cuenta que los primeros años fueron los más difíciles, ya que en ese entonces recién empezaba el país con el tema de la agroexportación. "Este negocio familiar lo inició mi padre Tomas Castillo Meza, a quién le encanta la naturaleza. Se buscó implantar un cultivo relativamente fácil de manejar y con pocos problemas. Vimos que la palta Hass encajaba bien en esta búsqueda. Esta aventura se inició en 1998 con la colaboración de 15 personas, quienes recién habíamos conformado la asociación ProHass. Ellos me enseñaron a sacar adelante este proyecto", recuerda.

Cuenta que empezó con la siembra de 10 hectáreas, de ellos, la mitad fue cítricos y la otra parte de paltos. "Desde ahí me enamoré de este cultivo que parecía sencillo de manejar, solo hay que hacer las cosas bien, pero hay muchos aspectos por aprender todavía como la parte fitosanitaria. Es importante la constante capacitación y recoger las experiencias de otros países, como en el manejo de las plagas".



Como toda mujer emprendedora, comenta que supo combinar bien los roles de esposa, madre y empresaria. "Me costó mucho salir adelante, en ese entonces junto a mis dos hijos pequeños veníamos al fundo todos los fines de semana para manejar el negocio. Este esfuerzo valió la pena ya que ahora estamos creciendo y así podemos ofrecer al mercado internacional una buena calidad de fruta".

## Primeros con la propagación clonal de paltos

Campos más fáciles de manejar

Cultivos de alta productividad

Plantas más resistentes

**camet**  
TRADING  
Excelencia que genera confianza

**vivero  
camet**  
CHILCA

T. 243 7840 anexo 1223 C. 941 914 467 export@jicagricolas.com mcarvo@jicagricolas.com odiaz@jicagricolas.com www.cametrading.com

## Buena campaña

Pese al impacto de El Niño Costero que se presentó en los primeros meses del año, la ejecutiva indica que en general este año se contó con una buena producción de paltos. “Manejamos distintos periodos de cultivos, sin restringir el agua para poder mantener un resultado óptimo y así la planta no esté sometida al estrés. El clima cálido de la zona beneficia para tener buena calidad y cantidad de frutas”.

Agrega que el fundo ofrece las variedades de palta Hass de exportación y se usa como polinizante la variedad zutano. “Ahora la empresa logra producir calibres de frutas más comerciales, ya que antes se tenía el problema de contar con tamaños no tan comerciales, habiendo mejorado la calidad, con calibres 16, 18 y 20 (medianos)”.

Debido a los problemas del clima que tuvo California durante tres años seguidos, señala que ello permitió que la palta peruana ingrese a este mercado y a otros. “Nos estamos consolidando internacionalmente como una de las mejores paltas. Vale recalcar que somos en la actualidad el segundo exportador de palta a nivel mundial y que es responsabilidad de todos trabajar de manera seria para mantener esta posición, o incluso superarla. Debemos ser cuidadosos en enviar fruta con los niveles de materia seca adecuados, para no perjudicar los precios ni la imagen de la fruta en los mercados internacionales”, remarca.

Recomienda crear campañas para aumentar el consumo per cápita interno en el Perú de la fruta, ya que es bajo comparado con Chile. “Por el momento existe una gran demanda a nivel internacional, por ello toda la producción se exporta, pero llegará el momento en que se va competir con otros exportadores de otros países, ahí el mercado local será una buena alternativa”.

“Por el momento existe una gran demanda a nivel internacional, por ello toda la producción se exporta”.

## Con las últimas técnicas de cultivo

En Caslo S.A. se emplean las técnicas adecuadas para la mejor optimización de recursos, la ejecutiva refiere que la plantación está tecnificada, para ello se utiliza el sistema riego por goteo, el cual permite hacer un uso eficiente del agua y fertilizantes, manteniendo el uso de residuos orgánicos, con el uso de abundante materia orgánica semi descompuesta (compost) derivadas de los desechos de granjas. Esta fertilización orgánica es la base fundamental para poder sacar adelante la plantación, sobretodo en este tipo de suelo bastante permeable.

El ingeniero Wilmer Ramirez Espinoza, quien es el responsable de la plantación, comenta que para optimizar la producción se emplean ciertas técnicas de manejo agronómico, entre las principales el uso de la materia orgánica, los fertilizantes sintéticos y la adecuada poda de árboles.

Con la experiencia ganada en la plantación inicial, la empresa recientemente adquirió 50 hectáreas de terreno, que están destinadas a los cultivos de palta y cítricos, ambos con fines de exportación.



“Otros aspectos como el manejo fitosanitario no se deben descuidar, siempre teniendo en cuenta el uso de los productos permitidos por Senasa”.



Asimismo, Walter Sifuentes, asesor externo de la empresa, afirma que el manejo de palta se basa principalmente en el riego y fertilización, que son factores muy determinantes en la productividad, teniendo en cuenta la fenología del cultivo, así como para determinar los momentos óptimos de fertilización principalmente y otras actividades de manejo. “Otros aspectos como el manejo fitosanitario no se deben descuidar, siempre teniendo en cuenta el uso de los productos permitidos por Senasa y los países de destino de la fruta. Además permite obtener altos porcentajes de frutas exportables”.

Castillo señala que la exportación de las paltas lo realiza a través del Consorcio de Productores de Fruta S.A. (CPF), que está conformado por más de 50 asociados y se encarga de manejar toda la operación de exportación y servicio de comercialización de sus miembros. Para ello los productos cuentan con certificación GlobalGap, ETI y Tesco Nurture Choice.

Los productos son procesados en los centros de empaque debidamente calificados e implementados al sur y norte de Lima. Los equipos de control de calidad de CPF, aseguran que cada centro opere bajo estrictos estándares de calidad, revisando todos los aspectos de producción y logística para asegurar que los productos frescos lleguen a los clientes en condiciones óptimas.

## De la mano con ProHass

Resalta que pertenece a ProHass desde su creación y desde entonces recibe ayuda para el crecimiento del negocio. “Nos mantienen a la vanguardia a través de las capacitaciones. Para las empresas pequeñas no es fácil contar con la asesoría de expertos extranjeros. Cada dos meses recibimos charlas respecto a las mejoras en exportación y manejo del cultivo, compra de fertilizantes, agroquímicos, entre otros temas”.

Dijo que a través de la institución vienen coordinando para la adquisición de maquinaria especializada como los instrumentos para podar los árboles. “Si bien contamos con unas tijeras telescópicas, a veces por la altura del palto no se llega a la parte alta. Es muy importante mantenerla como máximo de 5 metros, ya que después resulta difícil la cosecha, y no es adecuado para el control fitosanitario”.

La ejecutiva pronostica que la industria de palta Hass “tiene para rato” gracias al apoyo de todos los actores de este negocio. “Se resalta el trabajo de ProHass, Senasa y de los demás entes para la apertura de nuevos mercados. Se empezó con Europa, Chile, Estados Unidos, y ahora estamos en el mercado asiático. Tenemos buenas tierras, semillas y diversos microclimas tanto en la costa y en la sierra para su producción”, señaló.



Tractores Massey Ferguson MF3600GE:

## Agilidad y potencia

Presentamos el nuevo tractor MF3600GE de la nueva línea Massey Ferguson en el marco de la Feria Tecnológica. Este nuevo modelo cuenta con diversas mejoras para trabajar con el cultivo de palto y se caracterizan por tener 2.67 metros de altura al volante, menor costo de operación y mayor vida útil.

**E**ste nuevo modelo de tractor MF3600GE de la nueva línea Massey Ferguson en el marco de la Feria Tecnológica. Este nuevo modelo cuenta con diversas mejoras para trabajar con el cultivo de palto y se caracterizan por tener 2.67 metros de altura al volante, menor costo de operación y mayor vida útil.



Este nuevo modelo de tractor MF3600GE de la nueva línea Massey Ferguson en el marco de la Feria Tecnológica. Este nuevo modelo cuenta con diversas mejoras para trabajar con el cultivo de palto y se caracterizan por tener 2.67 metros de altura al volante, menor costo de operación y mayor vida útil.

LOS TRACTORES  
MÁS FUERTES  
PARA EL CAMPO,  
CON EL MEJOR  
SERVICIO  
POST VENTA.

2540000 Compuesto 2540000 2540000

MF 36 2540000

LATE FUERTE

2540000 2540000 2540000 2540000 2540000

2540000 2540000 2540000 2540000 2540000

Con Sanicrop de Montana:

## Soluciones para el control de plagas

Con la finalidad de ofrecer un mejor control sobre las plagas, Montana S.A. viene comercializando con gran aceptación en el mercado, el insecticida Sanicrop EC, que tiene como objetivo la eliminación de las queresas y mosca blanca que se presentan en los frutos que se exportan.



### Efectivo contra las queresas

Para ello, el ejecutivo señala que la compañía ofrece a los agricultores el insecticida Sanicrop EC, que tiene como objetivo el control de queresas y mosca blanca, gracias a su doble mecanismo y modo de acción (contacto y sistémico), que permite un control eficaz y duradero sobre estas plagas. “Gracias a las propiedades sistémicas del Acetamiprid podemos llegar a controlar los insectos que no se encuentran expuestos. Mientras que el Buprofezin actúa inhibiendo la síntesis de quitina en los estados ninfales y afecta la oviposición y fertilidad de las hembras. Asimismo, este ingrediente activo no se lava fácilmente ya que se adhiere fuertemente en la superficie vegetal de la planta, de esta manera podemos controlar casi todos los estados de desarrollo de la plaga”.

Próximamente, la compañía inaugurará su centro experimental IMbios en Santa Anita, el cual es un conjunto de modernos laboratorios de alta tecnología y un invernadero agrícola para realizar bioensayos y pruebas preliminares tanto de insecticidas, fungicidas y bioestimulantes. “Montana S.A. está haciendo una inversión muy fuerte en todo lo que es investigación y desarrollo, con ello se busca desarrollar moléculas y productos que tengan un bajo impacto sobre el medio ambiente, que generen menos residuos y que sean eficientes en el campo”.

**C**hristian Maya, Gerente Técnico Agrícola de Montana S.A., señala que en los últimos años se presentaron principalmente dos plagas que afectan la calidad de frutos de palto en el país, la queresa *Fiorinia fioriniae* y *Hemiberlesia spp.* “Estas plagas pertenecen al grupo de escamas o queresas de la familia Diaspididae. A través de su saliva estos insectos pueden inyectar toxinas en los tejidos vegetales que ocasionan la muerte de brotes y ramas. Asimismo, provocan mermas importantes en el rendimiento ya que reducen la calidad de los frutos llegando a alcanzar en algunos casos pérdidas de hasta el 15 % en la producción total en el cultivo de palto”.

Dijo que en las últimas campañas han venido tomando más importancia estas plagas, debido a que las altas temperaturas durante el verano acortan el ciclo biológico del insecto y rápidamente los “crawlers” se mueven hacia los frutos estableciéndose en ellos. “Existen ciertos niveles de tolerancia para la presencia de esta plaga en la fruta exportada, por ejemplo, Europa puede tolerar cierto nivel de queresas, pero países como China o Japón exigen prácticamente la fruta limpia”.



Moderno centro experimental IMbios de Montana S.A. en Santa Anita.

Mercado local:

# Palta Hass Premium de exportación lista para comer los 12 meses del año

La empresa Camet Trading se prepara para introducir al mercado local dos presentaciones de palta Hass de exportación Premium con el uso de la tecnología "lista para comer" a través de una cadena de supermercados. Así señaló su gerente general, Enrique Camet.



## ¿Cómo nace esta iniciativa?

La tendencia de comer alimentos saludables de alta calidad viene en aumento en todo el mundo y la tecnología "lista para comer" facilita la inmediatez de este consumo. Chile y Argentina han logrado desarrollar el consumo interno de la palta Hass en sus mercados al adoptar esta tecnología. Asimismo, en EE.UU. y Europa, con este modelo comercial se ha triplicado el consumo de la fruta desde que se inició hace más de cinco años.

## ¿En qué consiste la tecnología "lista para comer" o R2E?

Esta tendencia se centra alrededor de la tecnología de maduración. La palta es introducida en una cámara especialmente preparada para controlar la temperatura, humedad, etileno y otros factores. El proceso de maduración dura entre dos y cuatro días, y el resultado es un producto de calidad estandarizada, con sabor y textura homogéneos. Estandarizar la calidad en los 12 meses del año es de suma importancia para nosotros y para nuestros clientes. Por este motivo se envió a nuestro personal para capacitarse en las empresas del grupo Westfalia Fruit en Holanda y Francia. Junto a ello, sus expertos visitaron nuestras instalaciones para afinar los últimos detalles.

## ¿Cuáles son las fortalezas de Camet Trading para apostar por este negocio?

La empresa forma parte de Westfalia Fruit, una gigante multinacional con presencia en más de 14 países que se especializa en producir, procesar y comercializar frutas subtropicales frescas en los 12 meses del año. Las empresas que integran este grupo vienen aplicando la tecnología "lista para comer" en sus respectivos mercados desde hace varios años con resultados muy positivos. Con este respaldo y la experiencia de Camet Trading, decide apostar por comercializar la palta Hass de exportación premium en los 12 meses del año en el mercado peruano.

"Camet Trading tiene presencia en 14 regiones del Perú y podemos autoabastecernos desde febrero hasta setiembre con la palta Hass".

## ¿Por qué apostar por la Hass de exportación en lugar de la Fuerte?

La palta Hass es reconocida mundialmente como una palta premium, de excelente calidad. Es una fruta con extraordinarios beneficios nutricionales: es buena para el corazón, ayuda a regular el colesterol, contiene abundante fibra y ofrece más potasio que el plátano. Tiene grasas polisaturadas y monoinsaturadas con mayor porcentaje que la palta fuerte. También posee un mayor tiempo de vida poscosecha que la fuerte, por lo que es menos propensa a la pudrición en la zona del pedúnculo y es más resistente a la manipulación.

## ¿Utilizarán la palta nacional e importada?

Camet Trading tiene presencia en 14 regiones del Perú y podemos autoabastecernos desde febrero hasta setiembre con la palta Hass. De octubre a enero, importaremos. Pensamos hacerlo desde Chile con las empresas que forman parte del grupo o de aquellas con las que tenemos alianzas estratégicas.



## ¿Cuál es la estrategia para introducir la palta Hass en el corazón de los peruanos?

La empresa está realizando una campaña de comunicación que acompaña el ingreso de nuestro producto en las tiendas de Cencosud. La base de nuestra campaña es informar a los consumidores sobre los beneficios de incluir una palta Hass en su alimentación diaria, directamente en la tienda. Contaremos con impulsores propios para que interactúe con el público en las tiendas y para que el cliente deguste esta deliciosa fruta.

## ¿Qué resultados espera lograr la empresa a fines de año y el 2018?

Esperamos obtener una respuesta positiva del consumidor local, porque creemos que los peruanos deseamos encontrar una palta Hass de alta calidad y lista para comer durante todo el año, a un precio atractivo. Este año se inicia con presencia en tres tiendas y con dos presentaciones: la Hass de 300 a 450 gramos a granel y la Baby Hass de 120-160 gramos en bolsa de cinco unidades. Para fines del 2017 esperamos estar en las 16 tiendas Wong de Cencosud y en el 2018, se seguirá introduciendo las nuevas presentaciones del producto y así expandir nuestra presencia en los puntos de venta de todo el país.



# Corporación Litec: Atomizador para el palto peruano



Gracias a un acuerdo entre la Asociación de Productores de Palta Hass (ProHass), la empresa de maquinarias española FEDE y la firma local Corporación Litec permitió el diseño de un atomizador que puede realizar aplicaciones en árboles de más de cuatro metros de altura.

**H**ace menos de dos meses, Litec inició la comercialización de esta innovación que ha despertado gran interés entre los productores del país. Esta iniciativa se realizó teniendo en cuenta que en el país, los cultivos de paltos pueden crecer hasta los 8 o 9 metros de altura, situación que puede ser desventajosa a la hora de aplicar fertilizantes o agroquímicos.

Juan Carlos Li, gerente general de Litec, refiere que en el país no existía una maquinaria que cubriera las necesidades técnicas del palto. "El tema de las aplicaciones es muy álgido, porque si no haces una buena cobertura del árbol, las plagas y enfermedades te ganan la batalla en poco tiempo, perdiendo productividad", puntualiza.

## Para una mejor aplicación fitosanitaria

Junto con el asesor de ProHass, Ernesto Machancoses, el fabricante español aceptó el reto de diseñar un modelo de atomizador que ganara altura sin que eso significara tener una máquina pesada o difícil de manipular, sino todo lo contrario. Fue así que nació el modelo "Atomizador High Speed" para mejorar las aplicaciones en las partes altas de los paltos.

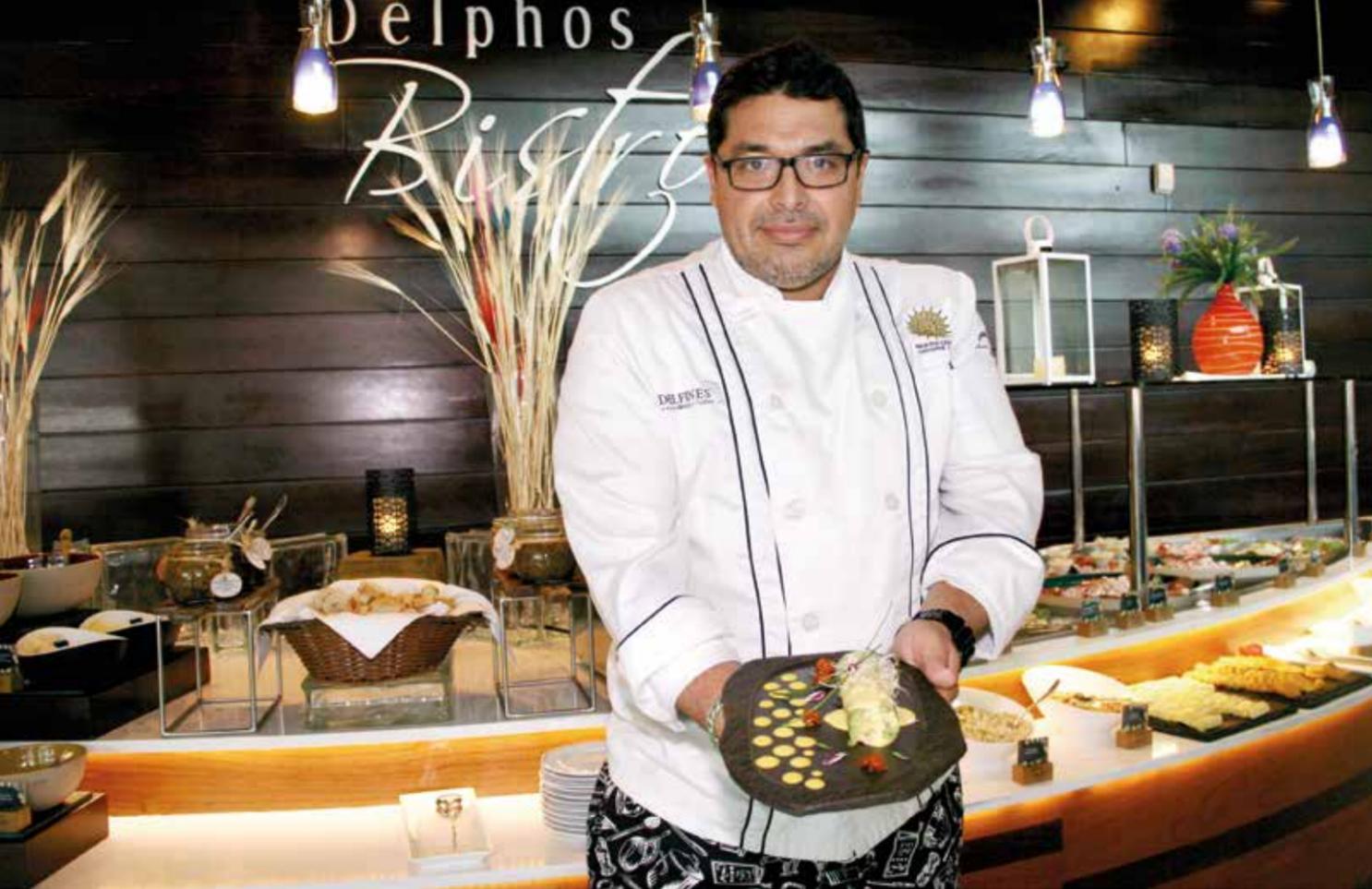
Este modelo permite que el grupo del aire suba desde 1.7 m hasta 2.7 m al eje de la turbina, logrando una cobertura en la aplicación de hasta 9 m de alto. "Hasta ahora no había ninguna maquinaria creada y pensada para el palto peruano. "Muchas veces el productor quiere avanzar rápido, pero las aplicaciones deben ir lento porque el árbol es frondoso o es muy alto. Eso significa más gastos de tiempo y de combustible. Esta máquina puede ir más rápido que el resto de los atomizadores, logrando un mojado igual que los equipos convencionales", explica Vladimir Miñano, Líder Técnico de LITEC.



Calle Los Aymaras 189, Santiago de Surco, Lima 33 – Perú | informes@litecperu.com  
Telfs.: (511) 434-3365 | (511) 434-4141 | RPM: 994540862 | Entel: 987509611

www.litecperu.com

 /CorporacionLitec



Cada vez más la prefieren en los principales restaurantes

## Exquisiteces con la palta Hass

*Considerado como uno de los más importantes cocineros de la hotelería peruana, Nilo Do Carmo, Chef Ejecutivo del Delfines Hotel & Convention Center, en esta ocasión prepara dos deliciosos platos, teniendo como principal figura a la palta Hass.*

**E**s el responsable que los comensales salgan satisfechos del restaurante principal del referido hotel, el Delphos Bistró, que ofrece una variada carta internacional en la que se fusiona la cocina contemporánea e internacional con los clásicos de la gastronomía peruana.

Nuestra gastronomía es reconocida por su estándar de excelencia en todo el mundo. Recientemente y por quinto año consecutivo, Perú fue galardonado con la corona como el mejor estilo culinario de Sudamérica. Parte de este éxito se debe a la constante creación de nuevos platos y presentaciones de nuestros chefs peruanos.

### Embajador de nuestra gastronomía

Do Carmo cuenta que está dentro del negocio de la cocina desde hace 21 años. “Soy parte de la primera promoción del Instituto Gastronómico D’Gallia. Apenas terminé de estudiar me fui a trabajar a Estados Unidos, donde hice casi toda mi carrera. Estudié en el prestigioso Florida Culinary Institute, y desde hace nueve años soy chef ejecutivo del hotel Los Delfines. He viajado por muchos países dictando cursos de la cocina peruana y difundiendo. Dentro de un mes, estaré presente en la feria Expoalimentaria 2017, siempre trabajando con el gobierno, apoyando con la Marca Perú”.

Respecto a su trabajo en el hotel, señala que es importante mantener siempre la frescura en las cartas. “Algunos tienen la idea que en los hoteles las presentaciones son un poco aburridas, pero eso no va conmigo. A diario ofrecemos nuevas propuestas de platos y buffet”.

### En enrollado, con tartare y más

Con esta premisa, Nilo preparó dos exquisitos platos, teniendo como principal ingrediente a la palta Hass. El primero es un enrollado de palta con relleno de quinua, añadido con toques de ají amarillo. “La fruta se corta en láminas y se coloca en papel plástico, podría estar acompañado de carne o de relleno de pollo. Se le da una vuelta y se deja que enfríe para que agarre un poco de textura. Luego de 15 minutos al frío se retira la cubierta. Se le puede acompañar con rocoto o una salsa al gusto del comensal”.

La segunda es un tartare de atún mediterráneo con una crema de palta, que se complementa con toque de ajos y hierbas para darle un sabor único. “Este puré se realiza junto con ajos, cebolla y palta cocinada. Al final se agrega el atún o bonito, un poco de aceite de oliva, ajos, culantro y ají limo”. Ambos platos son una delicia para paladar más exigente.



Señala que trabajar con la palta Hass es fácil y recomendable, debido que esta fruta ofrece una textura cremosa y manejable. “No solo es un producto para usarlo en los sándwiches o ensaladas, sino básicamente en los diversos platos a la carta. Cada vez más los comensales la piden en los restaurantes peruanos y también en otros países. Esta fruta es un alimento muy versátil en la cocina. Su pulpa seduce al paladar por su suave y delicado sabor, así como por su textura cremosa, parecida a la de la mantequilla”.

### Difundir su consumo

Refiere que la mayoría de brasileños en el desayuno prefieren tomar un batido a base de la palta con leche, además se consume en postres y platos. Y así en otros países como en México su consumo es alto de esta fruta. Resalta que el gobierno esté impulsando su consumo en el mundo a través de la campaña Superfoods Perú, que también cuenta con el apoyo de la Asociación de Productores de Palta Hass (ProHass). “Ya era hora que nos pongamos las pilas porque tenemos tantos súper alimentos como la palta, que es una fruta que ofrece una buena grasa y es saludable”.

Afirma que el consumo de la palta en este hotel es alto dentro del bufet y en las ensaladas. “En la parte de frío siempre manejamos esta fruta y nuestros huéspedes europeos la prefieren en las comidas, sobre todo en el desayuno. Además este tipo de palta dura más por ofrecer una cascara resistente y así se conserva mejor”.

Innovadoras propuestas gourmet en D'Gallia

## Al gusto del paladar más exigente

*El reconocido chef Carlos Higa, luego de laborar por más de 8 años en Japón y otros países impulsando nuestra gastronomía, en la actualidad es Chef Instructor de D'Gallia. En esta ocasión nos sorprende con tres innovadores platos a base de palta Hass.*

**H**iga nos recibió en uno de los ambientes donde difunde sus mejores secretos de cocina a los alumnos del referido instituto. De inmediato se acomoda para explicar cómo es la preparación de los platos. La primera exquisitez, es una ensalada de mollejas de pollo (12 horas de cocción para lograr suavidad de su textura) a base de crema de palta. Para lograr una agradable textura, la fruta se cocina y luego se da la forma de una bola. Al servir se acompaña con jalapeño, limón, y cebolla.

La segunda propuesta es una ensalada de mollejas, acompañada de calamar. Es parecida a la primera solo que se ha utilizado de manera diferente. En este caso se deshidrata la palta, cortado en láminas y se mezcla con guiso de lentejas. Se agrega las mollejas con salsa de anticucho. La fruta aporta una especial acidez, sabor y frescura al plato.

La tercera delicia es un avocado cake (la misma idea que el cheesecake japonés pero de palta Hass). En este caso se utiliza la fruta, ya que la cantidad de grasa que tiene hará que llegue mucho más efectiva a la masa y así le da un sabor especial. Se ha horneado y relleno cheesecake con una crema dulce de queso. Luego se ha puesto una salsa de fresa mezclada con frambuesas y un helado de vainilla con crujientes de parmesano.



### Fruta llena de vitaminas

Señala que cada vez más se emplean más la palta Hass en las principales cocinas del mundo. "Los mismos cocineros de los restaurantes europeos solicitan esta fruta para preparar sus platos por su nivel de cremosidad, y mayor resistencia a la oxidación".

Considera que la fruta es un superalimento saludable ya que es una fuente rica de grasas nobles y HDL que es favorable para nuestro organismo. "No todos los alimentos grasos son saludable y beneficiosos para el cuerpo. Esta fruta es diferente porque no contiene colesterol, por lo tanto, disminuye los riesgos de contraer enfermedades cardiovasculares".

El Chef destaca el aporte que le otorga la palta Hass a la gastronomía peruana en los diversos platos como la causa rellena, enrollado de palta y ensaladas. Sin embargo, recomienda a los hogares y restaurantes diversificar su consumo con la preparación de platos a base de esta fruta, así como en la creación de nuevas recetas en pro de nuestra gastronomía. "La palta no solo se debe acompañar a las ensaladas sino existe una infinidad de platos y recetas a base de esta fruta".

### Dicta cátedra en cocina

Carlos Higa culminó sus estudios de cocina en el instituto D'Gallia, en el 2006. De ahí viajó a Europa y a Japón, donde estuvo por más de 8 años impulsando nuestra gastronomía peruana. "Viajé a estos países para desarrollar mi carrera a plenitud porque en esa época se tenía la idea que si no se estudiaba en el viejo continente no se podía ser un jefe de cocina. Fue una grata experiencia, ya que me permitió conocer la gastronomía moderna y sus innovaciones, gracias al aporte de los reconocidos Chefs como Ferran Adrià, Juan María Arzak y Juan Roca, entre otros".

En cuanto a su nueva faceta como profesor, señala que ser alumno y ahora maestro es bastante gratificante. "Considero que mi especialidad en la cocina es crear procesos para que el trabajo sea más eficiente en el menor tiempo. No abriría un restaurante porque no soy negociante, lo que hago es formarlos. Además colaboro en una corporación de restaurantes, en donde creamos marcas, branding empresarial, manejo de personal y elaboramos nuevas cartas".



Carlos Higa,  
Chef Instructor de D'Gallia.

## AVANCES DE PROYECTOS

# PROYECTO AGENDAS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Se elaboraron y entregaron los dípticos a manera de resumen de cada uno de los diagnósticos realizados por los asesores en la segunda etapa de este proyecto.

### Los títulos son los siguientes:

- Hongos de madera y ASBVd – Akif Eskalen
- Propagación Clonal – Denis Roe
- Calibración y optimización de equipos de aplicación en paltos – Ernesto Machancoses
- Factores precosecha que afectan la postcosecha – John Bower
- Manejo integrado de plagas: insectos – Jorge Castillo
- Poda – Marco Mattar
- Floración y nutrición – Samuel Salazar García
- Manejo integrado de plagas: enfermedades – Walter Apaza

### Estos dípticos han sido enviados a todos nuestros asociados.

Si requieren de alguno, por favor contactar al Departamento Técnico de PROHASS.



## PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

# Estudio del Cancro de la madera

### Título del proyecto:

*“Identificación de agentes causales de la muerte regresiva y cancro de madera en palto var. Hass en distintos valles de Perú”.*



En el mes de Julio, se iniciaron los muestreos masivos que se realizarán en 12 fundos que abarcan las diversas zonas productoras del país. Esta técnica es el inicio del proyecto que tendrá resultados definitivos entre 18 a 24 meses.

Agradecemos a los fundos que nos apoyan para esta labor. En el Departamento Técnico de PROHASS, estamos seguros que esta iniciativa será muy provechosa para nuestra industria.



### ESTUDIO POSTCOSECHA 1

### Título del proyecto:

*“Evaluación de diferentes alternativas de manejo postcosecha para el envío de palto var. Hass a los actuales destinos de exportación”.*

En el mes de Julio, se realizaron estudios preliminares. Se probaron dosis de 150 y 200 ppb de 1-MCP, con fruta guardada en frío 30 y 45 días con la finalidad de comprobar su funcionamiento. De observar resultados positivos, esta investigación se llevará a cabo en la campaña 2018 en todos los valles productores de palto Hass. En esta oportunidad, se realizarán los ensayos solo con fruta de Santa Rosa y de Ica.

**Eimfa srl**

Las mejores herramientas a los mejores precios

Av. Benavides 2412 - Miraflores  
Telf.: 2718799 - 949147928 - 4487579 / Fax: 2730263  
ventas@eimfa.com

# Capacitaciones tecnológicas ProHass

*El Departamento técnico de ProHass continúa organizando el ciclo de Capacitaciones Tecnológicas, que han obtenido buena respuesta por parte de nuestros asociados técnicos y público el rubro en general. Estas charlas se han realizado de manera bimestral o trimestral, en diferentes zonas del Perú. Asimismo, nos enfocamos en tener dentro de los ponentes, a los mejores especialistas, tanto peruanos como extranjeros.*

Este año las Capacitaciones Tecnológicas se han realizado en tres locaciones: en el sur (Chincha), centro (Huala) y norte (Trujillo). El compromiso que tenemos como Asociación, es de realizarlas de manera continua con el objetivo de actualizar a nuestro staff profesional para poder brindar el mejor conocimiento técnico, siempre pensando en la calidad y la producción del cultivo de palto Hass. Al ser charlas abiertas al público en general, no solo se benefician nuestros asociados, sino todos los productores y personas relacionadas al cultivo de palto Hass.



## 1. Factores de pre y post cosecha que afectan a la calidad de la palta Hass

Fechas: 08 - 10 de marzo 2017  
Expositor: Dr. John Bower

Se desarrollaron los objetivos principales: Ser capaces de enviar fruta a largas distancias y que llegue a su destino en buenas condiciones. Considerando que el fruto debe madurar normalmente con suficiente tiempo de conservación para el comercio, mostrar un buen color y sin defectos internos o externos. Asimismo los principales efectos a considerar, tanto externo como interno son: daños por lenticelas, manchas negras y pulpa gris.

Se definió a la cosecha como el corte de suministro de agua, carbohidratos, minerales y energía para el fruto. Por ello que se debe tomar en cuenta que el fruto está en constante estrés y desgaste por continuar sus procesos bioquímicos celulares; señalando como causantes de estrés externo al fruto: envíos de largo periodo que implica pérdida de agua y energía, y la exposición a bajas temperaturas que afectan directamente a los radicales libres de la membrana celular del fruto.

Lo mejor para prevenir estos daños causados por defectos es manejar los factores pre cosecha: Producir frutos con la mejor calidad posible en el campo y manejar la postcosecha con el menor daño y estrés posible al fruto. Para ello se necesita

tener árboles saludables con excelente fotosíntesis (carbohidratos para energía) y un buen balance entre el crecimiento del fruto y del árbol. Siendo los mejores factores a manejar en campo: Nutrición (indicando macro y microelementos esenciales), agua (adecuado sistema y programa de irrigación) y luz (para transpirar, florecer y fotosintetizar).

Además es necesario manejar los factores pos cosecha como: transporte a plantas empacadoras y su tratamiento dentro de ellas: volcado, lavado, testeo de materia seca para predecir correcta maduración, enfriamiento, almacenamiento y uso de atmósfera controlada en los contenedores de envío.

## 2. Fundamentos teóricos y prácticos de aplicación y calibración de maquinaria agrícola

Fechas: 30 de mayo y 1 de junio 2017  
Expositor: Ing. Ernesto Machancoses

Los productos fitosanitarios, según su naturaleza son: sólidos, líquidos y gaseosos. Los líquidos cuya aplicación por pulverización trata de la fragmentación uniforme de un líquido en pequeñas gotas bajo fuerzas de diversa naturaleza y cuya eficiencia consta de recubrir las zonas deseadas con suficiente densidad de impactos y dosis del producto convirtiéndola en la más económica por el uso mínimo de volumen y tiempo de ejecución requerido por unidad de superficie.

Los parámetros para el manejo de pulverización: identificación del objetivo, elección del producto, momento de aplicación y método de aplicación, cuya calibración es indispensable para definir el alcance del y distribución del producto.

Para la calibración del tratamiento se considera respecto a la distribución del producto: tamaño de gota y homogeneidad, densidad de impactos, superficie o volumen cubierto, penetración en la vegetación y dosis de tratamiento: concentración o L/Ha.

Asimismo, relativo al equipo de aplicación: Presión y caudal del servicio, boquillas y difusores, barras de tratamiento, tiempo de exposición (% de deriva y otras pérdidas).

Es así como, los factores externos a considerar para los cálculos prácticos como: cantidad de aire (tiempo de exposición mínimo, más capacidad de generación) y calidad de aire (velocidad, turbulencias, balance y penetración deseada); sumado a los datos que se deben conocer como: volumen de árbol, ancho de calle, plaga o enfermedad, resultan en un correcto manejo integrado de plagas.

No obstante en el país se presentan ciertas dificultades para realizar las labores: altura de planta, ancho de calle, flexibilidad del follaje, poda no dirigida, suciedad sobre la planta (polvo excesivo), rugosidad del fruto propia de la variedad y ausencia de maquinaria específica. Lo que conlleva a restarle eficiencia al trabajo y repercusiones posteriores como: reinfestaciones de la plaga, sobrepodas para contención de volumen de copa y tratamientos manuales.



## 3. Poda y Nutrición del cultivo de palta Hass

Fechas: 14 - 16 de agosto 2017.  
Expositor: Ing. Marco Mattar

Y próximamente se realizará la capacitación especializada en Manejo de campo:

**PERÚ ProHass**  
Asociación de Productores de Palta Hass del Perú

La Asociación de Productores de Palta Hass del Perú - PROHASS, te invita a la capacitación en "Poda y Nutrición del cultivo de palta Hass" dirigida a productores, ingenieros y técnicos de fundos.

**PROGRAMACIÓN:**  
Cada sesión se realizará en las siguientes locaciones:

CHINCHA 14/08/17	SHIMACHO 15/08/17	CHICLAYO 16/08/17
Hotel Casa Andina	Hotel Casa Blanca	Hotel Costa del Sol

La parte práctica se llevará a cabo en fundos asociados.

**TEMAS:**

- Parte teórica - 3 horas:
  - Dinámica nutricional y fertilización del cultivo de palta Hass.
  - Concentraciones de las soluciones nutritivas.
  - Importancia de comprender la Poda.
- Parte práctica en campo - 2 horas:
  - Técnica y estrategias de poda.

**LEVAR CALCULADORA.**

Centro de desarrollo por inscripción:  
Asociados Profesionales: S/ 180.00 (Incl. SOV)  
No asociados Profesionales: S/ 220.00 (Incl. SOV)  
SV: Avenida REP. 16, S/ 134 33004-8-49  
BCP (S/5) CQ NRO. 902 194 001102348848-87  
El costo por inscripción sólo incluye: Certificado, material didáctico y coffee break. NO INCLUYE ALMOERZO.

Para mayor información:  
Teléfono: 011 545 1642 / 011 556 8888  
EMAIL: PROHASS@PROHASS.COM  
WWW.PROHASS.COM

# GIRA TÉCNICA AGUACATE PERÚ 2017

ORGANIZÓ: TECNOGIRAS  
ENTIDAD DE APOYO: PROHASS



**D**el 18 al 23 de Junio del 2017, la empresa Tecnogiras organizó una gira técnica del aguacate que abarcó las zonas productoras de Ica y La Libertad, dos grandes regiones productoras de palto Hass en el Perú. En la misma, participaron en su gran mayoría productores colombianos, así como también algunos mexicanos, chilenos y peruanos. PROHASS fue la institución que apoyó en la organización de las visitas y la consultoría técnica para las visitas.

Con un aproximado de 25 personas, esta gira fue muy exitosa, y todos los participantes quedaron muy satisfechos, ya que el nivel técnico, el buen trabajo y las metas ambiciosas observadas en cada visita, fueron muy bien recibidas por los visitantes. Aprender sobre cómo la industria peruana del palto ha crecido y llevarse a casa experiencias inolvidables, servirá de mucho para mejorar técnicas y manejo de este cultivo en otras latitudes. El principal mensaje fue sin duda, que lo importante es asimilar lo aprendido, pero es necesaria la experimentación en cada lugar de producción, ya que las condiciones difieren mucho con las de nuestro país, o con las zonas en las que crece este cultivo.

El recorrido empezó por el sur, en la zona de Ica, y luego se visitó la zona norte, específicamente la irrigación de Chavimochic. En nombre de la empresa Tecnogiras y la Asociación PROHASS, agradecemos mucho la apertura y la predisposición a recibir a la comitiva en sus diferentes empresas.

## El itinerario fue el siguiente:

Lunes 19 junio:  
Chincha  
Agrícola Hoja Redonda

Martes 20 junio:  
Ica  
Romaca – Campo  
Agrícola Chapi

Miércoles 21 junio:  
Trujillo  
Camposol

Jueves 22 junio:  
Trujillo  
Frutos del Valle  
Arato

## LANZAMIENTO DE LA PULVERIZADORA HIGH SPEED

### Grupo de aire elevado: FEDE

**D**entro del programa de lanzamiento y convocatoria de adquisición de productos ProHass, se realizó en conjunto con LITEC, distribuidor autorizado de FEDE – España, la adquisición consolidada de la “Pulverizadora High Speed Grupo de Aire Elevado” marca FEDE de España. Dicha máquina fue diseñada por Ernesto Machancoses y la empresa FEDE, a partir del Proyecto: “Agendas de Innovación Tecnológica - PROHASS”, a través de una asesoría que hizo Ernesto, en la cual se viajó a las principales zonas productoras, y pudo diagnosticar las condiciones del cultivo en nuestro país y el manejo de maquinarias para este cultivo.

Es importante tomar en cuenta que no existe ninguna maquinaria en el mundo específica para el cultivo de palto, por lo que esta pulverizadora puede considerarse que es única en el mundo, y adaptada para las condiciones que contamos en los principales valles productores del Perú.

**La adquisición de la pulverizadora, solicitada a través de ProHass goza con un beneficio de descuento para nuestros asociados.**



descripción: se puede observar la correcta cobertura hasta 9 m de altura.



La Pulverizadora High Speed Grupo de Aire de Elevación Hidráulica está hecha especialmente para mejorar la cobertura en las partes altas del palto y otros frutales en condiciones de nuestro país. Puede llegar desde 1.7 m hasta 2.7 m al eje de la turbina, logrando coberturas en aplicación hasta 9 m de alto, las cuales fueron corroboradas por el Ing. Ernesto Machancoses en una prueba realizada en el fundo de Agrícola Chapi, en Ica.

Adicionalmente, se llevó a cabo una presentación abierta para aquellos asociados que deseaban ver el funcionamiento de la pulverizadora realizada el 15 de junio en los campos de palto del Fundo Arato – Chao, en Trujillo.

### Algunas características del equipo:

- Boquillas - 38 boquillas dobles repartidas en tres líneas que ofrecen una mayor cobertura y una excelente calidad de tratamiento, a una mayor velocidad de trabajo.
- Hélice High Speed - Compuesta por ocho álabes con perfil de onda, la hélice High Speed ha sido diseñada y construida para conseguir un alto rendimiento y una gran producción de aire. Además, su forma contorneada al final de cada álabes nos ofrece una considerable reducción del ruido emitido.
- Potencia de Tractor - Se necesita un tractor de 90 HP mínimo.
- 2 conexiones hidráulicas (entrada - salida).
- Conexión para enchufe eléctrico de mando (3 pines, macho y hembra).



# Yara es buena cosecha



Prepara lanzamiento de nueva app para mejores cultivos

## Mejores frutas con fertilizantes Yara

Ing. Federico Ramírez Domínguez, Gerente Agronómico Yara Perú & Bolivia.

Las nuevas innovaciones de la compañía Yara Perú y su oferta integral, incluyen no sólo productos sino también servicios y herramientas para un mejor resultado del cultivo de palta Hass y de otras frutas.

El gerente agronómico para Perú & Bolivia, Federico Ramírez Domínguez, con 35 años de experiencia en el sector agrícola, sostiene que la empresa trabaja de cerca con los técnicos de las agroindustrias para brindarles una adecuada asesoría en el tema de nutrición y fertilización para cultivos de agro exportación.

**¿Qué solución proveen para un mejor cultivo de paltos en el país?**

No todos los terrenos son óptimos, ni tienen los mismos nutrientes y algunos de ellos presentan ciertas limitaciones para el desarrollo del cultivo. Para ello, el productor debe hacer uso de las herramientas agronómicas para conocer en detalle el suelo. Así que para lidiar con esto implica contar con mejoras agronómicas y de fertilización. Otras labores agronómicas que son fundamentales en el cultivo de palto son el riego y la poda, sobre estos últimos hay muchos mitos, pero debemos recordar de dónde es originario el palto para entender mejor su fisiología.

Dentro de las solución integrale que ofrecemos para un mejor resultado está YaraLiva Calcinit Zn + B (Nitrato de Calcio). Además de contener nitrógeno nítrico en su mayoría y Calcio totalmente disponible, proporciona zinc y Bor, micronutrientes esenciales en la producción del palto.

En la línea YaraTera se encuentra el Rexolin X60 (Quelato de Hierro) para fertirrigación. Gran parte de los suelos donde están instalados los cultivos de palto son deficientes en zinc, boro y hierro. Con esta solución ofrecemos una fuente quelatada de hierro para solucionar los problemas de clorosis férrica en los suelos alcalinos y calcáreos. También disponemos de una línea de fertilizantes foliares, YaraVita, los cuales se presentan en soluciones líquidas y suspensiones, para cubrir las necesidades nutricionales del cultivo de palto.

**¿Cuáles son los beneficios que otorgan el zinc y el boro a la palta Hass?**

El principal problema del cultivo de palto y gran parte de las agroindustrias, es que son instalados en suelos alcalinos (con pH más de 7), donde hay deficiencia de zinc, micronutriente esencial y promotor de las hormonas, principalmente de las auxinas, sustancia que también ayuda en el crecimiento de la fruta, y evita cualquier alteración fisiológica del fruto. Mientras que el boro es un elemento importante para la pre-floración, es decir, permite una polinización adecuada y un buen cuajado.

**¿En qué se diferencian los productos de Yara frente a otras marcas?**

Yara ofrece al cultivo de palto una solución integral de nutrición que incluyen: conocimiento, portafolio de productos y herramientas tecnológicas. El conocimiento lo transmitimos con reuniones técnicas, visitas de campos, seminarios internaciones con expertos en nutrición y fertirrigación. Además disponemos de un portafolio completo de productos y brindamos a los clientes herramientas adicionales como aplicativos para el análisis de los cultivos, las mismas que son descargados en los celulares como el CheckIT y el TankmixIT.

Para el caso del cultivo de palto se está en proceso de terminar el banco de deficiencias nutricionales para incluirlo en el CheckIT. Y el TankmixIT permite ver la miscibilidad del ingrediente activo de un agroquímico con los diferentes productos foliares de la línea de YaraVita.

**¿Qué nuevos conocimientos trae de su estancia en México?**

Esta visita técnica se realizó en mayo con la finalidad de apoyar la unidad de Yara México, la cual se realiza todos los años en la forma de Giras Técnicas, en las principales zonas productoras, como la zona de Michoacan que tiene más de 150,000 has de palto y representa el 73% de la superficie total establecida. El principal destino de las exportaciones de este fruto son los Estados Unidos, y la temporada de cosecha del aguacate comprende de julio a junio del año siguiente.

Ahí desarrollé la parte de suelos, analizando las características físicas y químicas por medio de una calicata y ver el desarrollo o limitación que puede ofrecer el suelo al crecimiento de las raíces. Hubo una muy buena participación de productores con más de 60 participantes en cada zona, lo cual demuestra el interés que tiene el agricultor de conocer nuevas tecnologías y ampliar sus conocimientos del manejo del palto.



“Hace poco se capacitó a 102 técnicos en temas de fertirrigación y esperamos replicarlo próximamente en Piura”.

**¿Cuáles son los retos que tienen Yara en nuestro país?**

Continuar transmitiendo conocimiento y estar cerca al productor para conocer sus necesidades y requerimientos brindándole una solución integral de nutrición. Hace un mes se realizó una capacitación en temas de fertirrigación en Ica con una asistencia de 102 técnicos; donde se contó con la presencia del Ing. Wilson Goto, experto internacional de Yara en fertirrigación. Esperamos realizar esta capacitación próximamente en la ciudad de Piura.

En el mercado peruano somos la segunda empresa proveedora de fertilizantes (25 a 30% del mercado) y la única que es productora de fertilizantes. Deseamos seguir creciendo en nuestra participación del mercado en especial en los cultivos de especialidad, donde deseamos ser los principales proveedores para los siguientes años.

**¿Qué beneficios ofrecerá el software que vienen desarrollando para los cultivos?**

Se está desarrollando una nueva herramienta tecnológica que es MyYara, que está presente en algunos países y próximamente estará en el Perú. En esta herramienta se integrará información de análisis de suelo, planta, agua, complementado con un software de fertirrigación, lo cual permitirá ofrecer una solución integral en nutrición y fertilización de los cultivos.



Campo de aguacate en Michoacan



Gonzalo Noriega, Gerente General de Campo Andino

## Embalajes de calidad

*Campo Andino, una empresa peruana enfocada en fabricar los mejores embalajes de madera para el transporte de frutas.*

**S**ólo cinco años han bastado para que Campo Andino se establezca como la mejor solución logística para la industria agroalimentaria al brindar embalajes de madera de gran calidad y de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

“Que nuestros embalajes sean de madera es un elemento diferencial, no sólo porque brinda una mejor presentación de los productos como la uva, la palta y cítricos, sino porque son envases más higiénicos y seguros, lo cual hace que la fruta tenga una mejor conservación”, comenta Gonzalo Noriega, Gerente General de Campo Andino. “También es importante recalcar que, al ser de madera, nuestros embalajes son ecológicos y sostenibles, algo que hemos notado es importante para nuestros clientes”.

Con su centro de operaciones en Ica, Campo Andino cuenta con una planta de producción y ensamblaje. La empresa, además, viene invirtiendo en la adquisición de nuevas máquinas con tecnología italiana y española, las cuales les permitirá seguir brindando un producto de óptima calidad.

Es así como el 2017 se ha convertido en un año clave para Campo Andino, al expandir su cartera de productos. “Ya somos líderes en el embalaje para uvas, y ahora nos estamos enfocando con fuerza en el sector de la palta Hass y cítricos con buena aceptación”.

### Un servicio personalizado

Para dar un servicio completo y personalizado, Campo Andino ofrece la customización de los embalajes de acuerdo a las necesidades de cada cliente. Eso incluye el brandeo de las cajas con el logo de la empresa exportadora.

“Finalmente nuestro compromiso es ser ese aliado estratégico vital para el crecimiento de nuestros clientes”, afirma Noriega.



### En dos presentaciones

Noriega precisa que para el traslado de las paltas ofrecen dos modelos, de 4 y 5.6 kilos. “Para su producción se utiliza un tipo de terciado con altos estándares de calidad y varios otros componentes que se traen de varios países como Italia, España, Chile y Perú. Además nuestras cajas cuentan con la certificación NIMF N° 15, que es la Norma Internacional para medidas fitosanitarias que regula el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional”.



CAMPO  
**ANDINO**  
EMBALAJES



# LÍDERES EN FABRICACIÓN DE EMBALAJES DE MADERA PARA FRUTAS Y HORTALIZAS

[www.campoandino.com](http://www.campoandino.com)  
[oficinaica@campoandino.com](mailto:oficinaica@campoandino.com)

+51 (1) 253-5224 / 222-5754 / 222-6798 / Cel: +51 986237933 / 940424887



Knowledge grows

# ¡La combinación ideal para el palto!



YaraLiva CALCINIT Zn+B, genera un mayor desarrollo de la raíz y del ápice del palto, favorece la producción de tejidos más firmes, mejora la manipulación del fruto y la vida post cosecha, evita el aborto de la fruta e incrementa la resistencia a las enfermedades.

YaraVita BUDBUILDER, FRUTREL Y POTASH ADVANCE, los fertilizantes foliares de Yara, mejoran el tamaño, sabor y color del fruto; favorecen la floración, cuajado y calibre del palto.

[www.yara.com.pe](http://www.yara.com.pe)

[f /YaraPeruOficial](https://www.facebook.com/YaraPeruOficial) [@YaraPeru](https://twitter.com/YaraPeru)



**YaraLiva™**  
CALCINIT™ Zn+B



**YaraVita™**  
BUDBUILDER™  
FRUTEL™  
POTASH ADVANCE™