

MANUEL YZAGA, PRESIDENTE DE PROVID:

"Si a mi vecino le va bien, a mí también"

Aliados", responde Manuel Yzaga al otro lado de la llamada de video. La pregunta es sobre cómo ve la relación entre las industrias de la uva de mesa de Perú y Chile.

Yzaga es presidente de Provid, el gremio que reúne a los productores y exportadores peruanos.

El auge exportador de ese país coincidió con una progresiva baja en la producción local. Los productores de primores de Copiapó, Elqui y Limarí tuvieron que retrasar su salida para evitar competir con la oferta del país vecino.

Al norte de la frontera los proyectos de uva de mesa se armaron a gran escala y rápidamente comenzaron a ocupar nuevas variedades licenciadas, tras la promesa de mayores producciones y de mejor calidad. Para las cadenas de retail de Estados Unidos se convirtieron en proveedores valiosos, al tiempo que las críticas sobre la producción chilena se hicieron comunes.

Para Yzaga, en todo caso, Chile y Perú no son rivales en la uva de mesa.

"En el Perú tenemos la experiencia de que si a mi vecino le va bien, a mí también. Si saco uvas de buena calidad y mi vecino saca malas, va a deteriorar el precio de la de buena calidad. Hemos hecho un trabajo local y los peruanos sabemos que no competimos los unos contra los otros", sostiene Yzaga.

La mirada del dirigente peruano coincide con la impronta que le ha dado Iván Marambio a Frutas de Chile: buscar alianzas internacionales. De hecho, en el marco de la Global Grape Convention, en agosto, se adelantó la posibilidad de trabajar en conjunto con Provid.

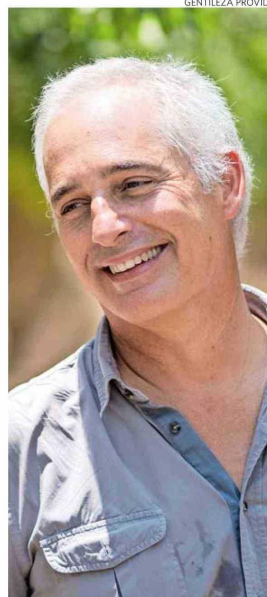
Yzaga cree que Perú tiene bastante que ofrecer.

—En Perú casi todos estamos integrados. El que es productor, a la vez, es empacador y exportador. Por eso manejamos mucha información de mercados y la enlazamos con el campo. Notamos que Chile no es igual, pues hay un mundo agrícola que no necesariamente vive el reto empacador comercial.

Dentro de Perú en las distintas regiones sabemos que no competi-

El dirigente de la industria de la uva de mesa de Perú apuesta a mejorar la transmisión de información sobre las exportaciones con Chile. Anuncia conversaciones iniciales para una posible promoción conjunta.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

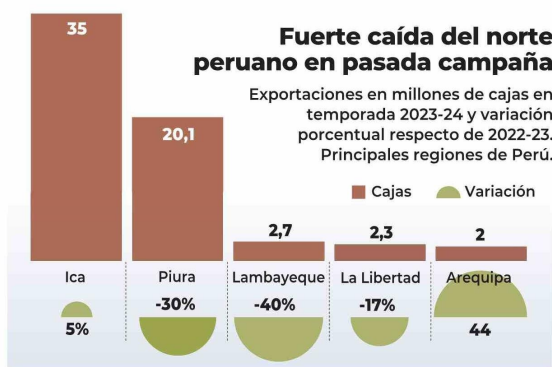


Manuel Yzaga.

mos. Nos faltaba acercarnos a nuestra siguiente frontera, Chile, bajo el mismo concepto de compartir la información. ¿Para qué? Para que cualquier productor peruano o chileno que quiera emprender sepa dónde se está metiendo y sepa las variables que tiene que manejar antes de hacer cualquier inversión.

Si mantenemos visibles los volúmenes que se están despachando a cada lugar nos va a permitir tomar mejores decisiones o, por lo menos, saber lo que estamos haciendo a ciencia cierta. Ya podemos anticiparnos a lo que pueda venir, se acaban las sorpresas.

—¿En qué parte del ciclo del ne-



Fuente: Provid/Senasa.

Concentración en EE.UU.

Exportaciones peruanas de uva de mesa por mercado en la temporada 2023-24. En millones de cajas.



Fuente: Provid/Senasa

gocio está la industria peruana de la uva de mesa? ¿La ve con crecimiento hacia el futuro?

—No hablaría solo del Perú, sino del hemisferio sur, que produce me-

nos uvas que el hemisferio norte. Significa que hay un espacio grande por atacar.

Perú ha entrado a una etapa de premadurez. No estamos en una etapa inicial, de ninguna manera; tampoco estamos en una madura.

—Algunos productores peruanos echan de menos medidas proagrícolas que había antes. ¿Cómo ve la coyuntura en Perú para las empresas de uva de mesa?

—No es sorpresa que en el mundo hay una corriente que busca dañar. Esa corriente se ha metido en los gobiernos. Frente a todas las crisis siempre tiene que haber una evolución, si no, desaparecemos. En mi concepto, bienvenidas las crisis. Te hacen recapacitar, te hacen ver, te hacen analizar.

El problema es cuando una crisis es generada adrede para destruir.

Definitivamente, ha habido empresas de diferentes partes del mundo, no hablo solo de Perú, cuyos responsables han tenido malas prácticas. Las personas que gustan destruir tienen de dónde agarrarse.

Lo que toca a las empresas correc-

tas manejadas por personas correctas es sacar la cara, frente en alto y comenzar a educar en que no se puede generalizar.

Si se ha dañado la industria, eliminando ciertos capítulos de promoción cuando todavía falta promocionar porque no estamos en madurez.

Si han hecho que se paren muchas inversiones.

—¿Y qué le ha aportado la industria de la uva de mesa a Perú?

—Millones de dólares en divisas, cientos de miles de puestos de trabajo, exportaciones tanto como importaciones.

Además, las empresas chilenas nos abastecen de postes, de alambres. Estamos inmersos en la economía de ustedes.

NUEVA TEMPORADA

—En 2023-24 Perú tuvo una baja importante en la exportación de uva de mesa. ¿En qué pie está para la próxima temporada?

—El Perú se divide en dos: el norte y el sur. El norte fue muy golpeado. La cantidad bajó tanto que el precio no lo ayudó.

Si no tienes una disciplina financiera y un plan bien claro de lo que hay que invertir, colapsas.

Luego tienes el sur, donde la cantidad no se vio afectada y se aprovechó el precio, entonces el sur tuvo un muy buen año.

Sin embargo, no pensamos que se vaya a volver a repetir, fue cosa de un año. El clima golpeó a California, a Chile, a Piura. El sur del Perú, la región de Ica es privilegiada.

—¿Y qué proyecta para la próxima temporada?

—Se han proyectado 78 millones de cajas. Hemos crecido, vamos a seguir creciendo. La uva peruana se ha ganado su reputación.

—¿Dónde ve posibilidades de trabajo en conjunto entre Chile y Perú?

—Con la información, que sepan lo que hacemos y nosotros lo que hace Chile. No queda otra.

Estamos barajando, bosquejando muy prematuramente hacer campañas comerciales en el exterior en los mercados de la mano de Frutas de Chile. Estamos en una etapa de conversaciones, no hay nada concreto, pero lo estamos conversando.