

Perú tendrá pronto una semilla “élite” de maracuyá con la cual no solo exportará jugos, pulpas y concentrados a nuevos mercados como el asiático, y mayor presencia en otros ya conocidos como EE.UU. y la Unión Europea, sino que podría incluir como parte de su oferta su presentación fresca, manifestó el vocero de la Mesa de Trabajo de Frutas para la Industria de la Asociación de Exportadores (ADEX), Renzo Gómez Moreno

En el III Congreso Internacional de Maracuyá, realizado en Trujillo, manifestó que con la nueva variedad se podrá ingresar a Taiwán que la consume mucho en jugo. “Con una variedad pura será más homogénea y cuando eso suceda, se podría incursionar en el mercado de frescos de manera progresiva”, declaró a los medios de comunicación.

También se podría crecer en Oceanía, en Sudamérica, y en Asia -detalló-, Vietnam, por ejemplo, produce concentrado pero su jugo no es bueno, el peruano es reconocido y puede ser más consumido.

“La maracuyá asiática es de piel granate (morada) y jugo amarillo, mientras que la peruana es de piel amarilla, con un jugo color naranja intenso. En la parte organoléptica, la nuestra tiene un equilibrio entre lo ácido y dulce que gusta mucho”, detalló.

Con el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) se trabaja el know how y capacitación a los productores -sostuvo-, con PromPerú veríamos lo referido a los estudios de mercado y promoción comercial, al igual que con las Embajadas. No tenemos aún una semilla ‘élite’ (su antecedente es la semilla criolla), pero sí sistemas de producción de maracuyá mejores respecto a los anteriores.

“El proyecto ‘Fortalecimiento de la Cadena Productiva de la Maracuyá’ trabaja un plan que enmarca la promoción comercial. Cuando tengamos una oferta organizada y homogénea le presentaremos a PromPerú las características de la nueva maracuyá”, añadió.

Resaltó la importancia de capacitar a los productores, objetivo al que también apunta el III Congreso Internacional de Maracuyá en el cual se realizará un curso especializado destinado a los técnicos. “Con INIA se busca fortalecer las capacidades de los integrantes de esta cadena, concientizarlos sobre la necesidad que apliquen tecnología que les permita mejorar sus rendimientos”, apuntó

Indicó que gracias a una mayor demanda global y el incremento del precio este año los envíos de maracuyá y sus derivados superarían los USD 59 millones este año, lo cual representaría un crecimiento de 17% respecto al 2021 (USD 50 millones).