

**PLAN OPERATIVO  
DEL PRODUCTO  
MANGO**

**PERX: PIURA**

**2004**

## PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO MANGO - PIURA

### 1. Aspectos relevantes del producto<sup>1</sup>

- Nombre científico: Manguífera indica L
- La producción de mango en la región de Piura para el año 2003 fue de 125,400 toneladas, representando un incremento de 2.32% respecto al año anterior.
- Piura es el principal productor de mango, concentrando el 65.49% de la producción nacional, que para el año 2003 fue de 191,488 toneladas.
- El rendimiento anual promedio del mango para la región de Piura en el año 2003 fue de 10,000 kilogramos por hectárea.
- Es un cultivo permanente siendo la época de siembra todo el año, mientras que la época de cosecha se realiza de octubre a febrero.
- La temperatura óptima para el cultivo del mango es entre 24 a 28 grados centígrados, lo importante es que tenga la temperatura adecuada (17° temperatura mínima) durante la floración.
- Los principales mercados donde se destinan las exportaciones son EEUU, Canadá, Holanda, España, Inglaterra, Alemania y Francia.
- El inicio de la cosecha es después de 4 años hecho el injerto, 6 años en adelante se inicia la producción comercial. Técnicamente su período de vida útil es hasta los 15 años.
- Para poder cultivar mango se requiere que el suelo sea franco arenoso y franco arcilloso (suelo agrícola).
- Las principales plagas que dañan los cultivos de este fruto son la mosca sudamericana de la Fruta, queresa y mosca mediterránea de la fruta.
- Las principales enfermedades que afectan el fruto son la antracnosis y el oidium manguiferae.

### 2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<b>Potencialidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Excelente calidad de fruto.</li><li>▪ Tierras fértiles (210 mil Has limpias de alta calidad agrícola).</li><li>▪ Condiciones climáticas favorables.</li><li>▪ Nuevas variedades (Keitt) y posibilidad de extender producción hasta abril (en experimentación).</li></ul>
<b>Infraestructura</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Capacidad para duplicar la producción cada tres años: cultivos y plantas de empaque.</li><li>▪ Cercanía al puerto de Paita (bajos costos de transporte y frío, disponibilidad de servicios logísticos).</li></ul>
<b>Desarrollo empresarial</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Experiencia exportadora: Existen los canales de distribución.</li><li>▪ Recurso Humano capacitado para la producción y el empaque</li></ul>

<sup>1</sup> [www.portalagrario.gob.pe](http://www.portalagrario.gob.pe)

## **Debilidades**

### **Potencialidades**

- Frágil organización de los productores
- Poca planificación de la producción (N° de Has, variedades, producto procesado)
- Dependencia de una sola variedad (Kent 83%)
- Poco / nulo desarrollo organizado de otras variedades y su adaptabilidad y viabilidad comercial
- Oferta fragmentada (muchos exportadores)

### **Infraestructura y facilitación**

- Pérdida del control del producto desde que se cierra el contenedor, pasando por embarcaciones, recibidores, brokers, minoristas y mercado final.
- Sobrecostos logísticos (Grúa, instalaciones de frío, etc).
- Deficiencia en labores de cosecha y postcosecha.
- Deficiencia de buenas prácticas comerciales.
- Deficiencia de buenas prácticas agrícolas.
- Caminos y carreteras en mal estado (vía Chulucanas -Tambo Grande)
- Lenta apertura de mercados alternativos (Japón, México, China, Brasil)

### **Desarrollo Empresarial**

- Producción concentrada en dos meses.
- Bajo rendimiento 4 tm/Ha.

### **Articulación Empresarial**

- Insuficiente articulación entre productores y exportadores (gremios).
- No hay estandarización de técnicas de producción (Wide Range in Quality).
- 57% de los productores de la región poseen parcelas menores a 3 Has.

### **Desarrollo exportador**

- Sobre producción de mango y poco crecimiento de la demanda exterior.
- Saturación del mercado externo con pérdida de rentabilidad.

## **Oportunidades**

### **Nacional**

- Demanda de productos orgánicos, inocuos y de comercio justo.
- Prestigio de la calidad del mango peruano.
- Posibilidad de incrementar la producción e industrializarlo.
- Suscripción de convenios de política comercial.
- Alianzas estratégicas macroregionales.
- Desarrollo de campañas de marketing para incrementar el consumo en los países de destino.

### **Externo**

- Ventana estacional en mercados potenciales (China, México)

## Amenazas

### Nacional

- Presencia del Fenómeno El Niño.
- Solidez de apertura de aranceles.
- Presión excesiva de SUNAT: Draw Back y SFE.
- Políticas antidumping con país receptor.
- Preferencia en consumo diversificado.
- Inestabilidad política y social.
- Lento proceso de descentralización.

### Externo

- Dependencia de pocos mercados. (EEUU 55%, Europa: 44%)

### 3. Visión al 2013

“Al 2013 la Región Piura es líder en la exportación de mango, generando una cadena de valor diversificada, estandarizada, integrada verticalmente y con equidad que aporta al desarrollo sostenible de la región.”

### 4. Valores

El código de valores que ha definido el grupo de trabajo en el taller consta de lo siguiente:

- **Liderazgo.** Se define como la conducción o dirección de un grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. Líder es la persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.
- **Responsabilidad.** Valor que significa hacerse cargo de las consecuencias de las palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos. La responsabilidad tiene efecto directo sobre otro valor fundamental: la confianza. Es un signo de madurez. Es clave para el cumplimiento de planes y acuerdos. Es importante para fortalecer las cadenas productivas.
- **Calidad.** Es el grado de perfección con que un producto satisface las expectativas y los requerimientos establecidos para determinado uso o consumo.
- **Integración.** Es la acción que propicia la unificación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso por construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.
- **Honestidad.** Valor que se manifiesta en buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas. Es honesto el que no miente, no roba y no engaña. Este valor es la base para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y credibilidad.
- **Disciplina.** Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o autoimpuestas.

- **Excelencia:** Es el logro de una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad.

### **5. Líneas estratégicas**

<b>Línea estratégica 1</b>	Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos del mango.
<b>Línea estratégica 2</b>	Desarrollar una estrategia para la consolidación del mango en los mercados internacionales.
<b>Línea estratégica 3</b>	Mejorar los servicios para posicionar el mango en los mercados internacionales.
<b>Línea estratégica 4</b>	Desarrollar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de mango.

### **6. Matriz del Plan Operativo del Producto Mango**

## Plan Operativo del Producto Mango

**Línea estratégica 1.** Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos del mango.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
1.1 Sensibilizar y capacitar hacia la integración asociativa de productores con visión empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ En seis meses, se han desarrollado dos talleres con asistencia de 100 productores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERX</li> <li>• Gremios de Mango</li> </ul>
1.2 Mejorar la planificación de la producción, conociendo la cantidad de hectáreas por variedad y edad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2005 se ha iniciado el proceso de identificación del número de hectáreas de mango y antigüedad de las plantas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MINAG</li> <li>• Asociación de Productores de Mango</li> <li>• Junta de usuarios</li> </ul>
1.3 Realizar un estudio de la demanda externa para diversificar oferta en variedades y derivados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2005 se ha elaborado el presupuesto e identificado fuentes de financiamiento para el estudio.</li> <li>▪ A diciembre del 2005, se ha realizado el estudio de mercado correspondiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MINAG</li> <li>• INIEA</li> <li>• SENASA</li> <li>• GREMIOS</li> <li>• Gobierno Regional</li> </ul>
1.4 Facilitar el trámite documentario para la importación de plántones y yemas de nuevas variedades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2005 se ha aprobado al Resolución Ministerial del Ministerio de Agricultura simplificando procedimientos. (TUPA).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MINAG</li> <li>• INIEA</li> <li>• SENASA</li> <li>• GREMIOS</li> <li>• Gobierno Regional</li> </ul>
1.5 Diseñar y ejecutar un Curso-Taller de Capacitación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para mango.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Octubre del 2004, se ha llevado a cabo un Curso-Taller para 50 productores, el cual se desarrollará todos los años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno Regional</li> <li>• MINAG</li> <li>• SENASA</li> <li>• Gremios Productores</li> <li>• CERX</li> <li>• Gremios Exportadores.</li> </ul>

Actividades	Indicadores	Responsables
1.6 Desarrollar un programa de extensión agrícola. (Técnicas de manejo agrícola e Intercambio de Tecnología)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A marzo del 2005, se ha desarrollado dicho programa de extensión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INCARGO</li> <li>• Gremios</li> <li>• INIA</li> <li>• CITE - Piura</li> <li>• ONG's</li> </ul>
1.7 Fomentar la asociatividad de productores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A junio del 2005, se ha incrementado en 20% el número de miembros de asociaciones de productores.</li> <li>• A fines 2006 hay un gremio único de empacadoras y productores.</li> <li>• A fines 2006, la cadena productiva funciona al 100%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremios Existentes</li> <li>• Gobierno Regional</li> <li>• PETT, Junta de Usuarios, Gerencia del Desarrollo Económico.</li> <li>• Junta de Usuarios, Dirección Regional Agraria.</li> </ul>
1.8 Validar y aprobar la norma técnica (NT) del mango peruano de exportación	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A julio del 2004, se ha difundido el NT en el tercer congreso sobre el mango.</li> <li>▪ A fines 2005, se cuenta con norma técnica de mango para exportación tomando como referencia otras experiencias internacionales exitosas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> <li>• PROMPEX</li> <li>• IPCH</li> <li>• PROHASS</li> <li>• INCARGO</li> <li>• Gremios</li> <li>• INIA</li> <li>• ONG's</li> <li>• INDECOPI</li> </ul>
1.9 Implementar la marca colectiva del mango peruano.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A fines 2005 se cuenta con una marca colectiva mango.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> <li>• INDECOPI</li> <li>• MINAG</li> <li>• PROMPEX</li> </ul>
1.10 Elaborar un programa de extensión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A fines 2007 se cuenta con un programa de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MINAG</li> </ul>

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
para asegurar NT, PERUGAP, PERU HACCP.	extensión en fase de implementación.	PROMANGO

**Línea estratégica 2.** Desarrollar una estrategia de penetración del mango en los mercados internacionales.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
2.1 Promover la instalación de oficina de representación de fruta fresca peruana en EE.UU. y U.E.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A noviembre del 2005, la oficina está funcionando.</li> <li>• A noviembre 2005, se tiene un veedor contratado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROMPEX</li> <li>• RR.EE.</li> <li>• Gremios</li> </ul>
2.2 Promover la consolidación de nuevos mercados : China, Japón, México, Nueva Zelanda.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A enero del 2005 se han implantado los protocolos fitosanitarios y de erradicación.</li> <li>• A enero del 2005 se difunde el permiso de SENASA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SENASA</li> <li>• APEM</li> <li>• Gobierno Regional</li> <li>• INIA</li> </ul>
2.3 Fomentar el aprovechamiento de excedentes de exportación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A noviembre del 2007 se ha presentado un reporte del análisis de aprovechamiento y estadísticas en base al realizado y presentado estudio de factibilidad para mango congelado y en pulpa en el 2004.</li> <li>• A marzo del 2008 se ha presentado el proyecto a la cooperación técnica internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERX</li> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> </ul>
2.4 Promover la siembra de nuevas variedades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A diciembre 2006, se ha validado la utilización de variedades aptas para ampliar periodo producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERX</li> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> <li>•</li> </ul>
2.5 Elaborar la norma técnica peruana (NTP) de calidad y embalaje del mango.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En tres meses, se ha establecido la NTP con respecto a la calidad y al embalaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERX</li> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> </ul>
2.6 Mejorar el posicionamiento del mango	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A enero del 2005 se ha diseñado un programa de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremios</li> </ul>

peruano en el mercado internacional en base a experiencias líderes en la región	benchmarking a partir de experiencias exitosas en Brasil, Honduras y otros países que tienen un modo de inserción óptimo en el mercado internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerencia de Desarrollo Económico</li> <li>• PROMPEX</li> <li>• CERX</li> </ul>
2.7 Desarrollar una estrategia de comunicación para la inserción y posicionamiento internacional del mango	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A julio del 2005 se ha diseñado el presupuesto y fuentes de financiamiento para la "Estrategia de Comunicación" para el posicionamiento internacional del mango.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremios</li> <li>• Gerencia de Desarrollo Económico</li> <li>• PROMPEX</li> <li>• CERX</li> </ul>

**Línea estratégica 3.** Mejorar las vías de comunicación terrestre y brindar los servicios para posicionar el mango en los mercados Internacionales.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
3.1 Promover la mejora de desempeño y coordinaciones efectivas de las entidades relacionadas con la actividad exportadora: ADUANAS, SENASA, Cámara de Comercio, Banco de la Nación entre otras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A partir de diciembre del 2004, se cuenta con el manual de procedimiento para los servicios de exportación brindados por el Estado en Región Piura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno Regional</li> <li>• Gremios</li> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> <li>• Prolimón</li> </ul>
3.2 Implementar el sistema de información para estadísticas regionales del mango: origen, cantidad, variedad y destino final (exportación), productores y empresas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A diciembre del 2006 se ha concluido el proceso de levantamiento y sistematización de información para la elaboración de las estadísticas.</li> <li>• Al primer trimestre del 2007 se cuenta con un sistema de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• APEM</li> <li>• PROMANGO</li> <li>• SENASA</li> <li>• ADUANAS</li> <li>• Gerencia de Desarrollo Económico</li> </ul>

**Línea estratégica 4.** Desarrollar un programa para generar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de mango.

<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsables</b>
4.1 Formar oficina de articulación informativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A fines del 2005, se cuenta con oficina funcionando.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremios</li> <li>• Gerencia Regional de Promoción de Inversiones</li> <li>• APEM</li> </ul>

Actividades	Indicadores	Responsables
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• CERX</li> <li>• CITE - PIURA</li> </ul>
4.2 Capacitar en gestión exportadora a los pequeños y medianos productores de mango	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A diciembre del 2005 se ha iniciado un programa de capacitación agro-empresarial, articulando esfuerzos de diversos actores: gremios, ONGs, Gobierno Regional, actores públicos y privados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gremios</li> <li>• CERX</li> <li>• CITE – Piura</li> <li>• Gobierno Regional</li> </ul>
4.3 Capacitar en gestión y calidad de los servicios para la exportación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A diciembre del 2005 se ha iniciado un programa de capacitación en gestión y calidad de los servicios para la exportación en las entidades públicas.</li> <li>• Al segundo semestre del 2006 se ha mejorado la calidad de los servicios reduciendo los tiempos y requisitos de los trámites.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROMPEX</li> <li>• MINCETUR</li> <li>• ADUANAS</li> <li>• CERX</li> <li>• Gremios</li> </ul>

## **7. Monitoreo y Evaluación del Plan Operativo del Producto**

El proceso de implementación y seguimiento del POP estará a cargo del Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones, CERX, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. Para ello, el CERX promoverá la conformación de la Mesa del Mango responsable de articular a los actores de la cadena y de impulsar y dar seguimiento al POP.

En términos generales los responsables de la implementación, evaluación y seguimiento se reunirán periódicamente para discutir en forma participativa y con espíritu de colaboración los avances del Plan de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión de la cadena productiva.