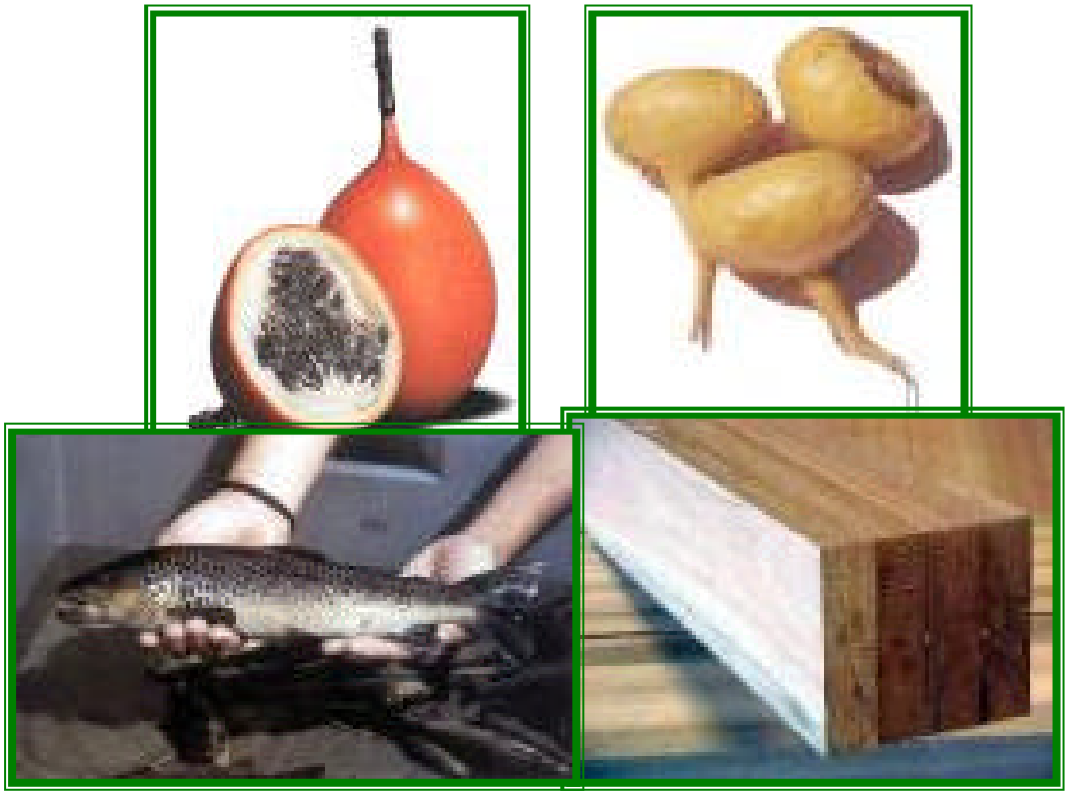
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Planes Operativos de Productos Seleccionados

POP's



Región Pasco

Mincetur
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

PROYECTO CRECER

Octubre - 2005

Índice

Planes Operativos de Productos Seleccionados de la Región Pasco

1. INTRODUCCIÓN 3
2. PLAN OPERATIVO DE LA GRANADILLA 4
2.1. Diamante de la Competitividad de la granadilla 4
2.2. Análisis FODA 21
2.3. Visión 22
2.4. Valores 22
2.5. Objetivos estratégicos 23
2.6. Matriz del Plan Operativo de la granadilla: 24
Ranking de 24 Exportaciones Agrarias-OMC, peso y valores FOB de enero a diciembre de 2003 y 2004 30

1. INTRODUCCIÓN

El PERX es un instrumento de gestión cuyo propósito es mejorar la productividad y competitividad de la producción regional y nacional para alcanzar una eficaz penetración en los mercados externos, por lo cual los resultados obtenidos a través de este análisis son de carácter general, es decir obedecen a la realidad competitiva de toda la región con lo cual se definen las políticas, objetivos y acciones que permitan mejorar las condiciones exportadoras regionales.

Los Planes Operativos por Productos (POP's) constituyen una herramienta estratégica que define acciones específicas por parte del sector público y privado destinadas a desarrollar la actividad exportadora del producto seleccionado (inicio en la exportación, incrementar los volumenes exportados y mejorar la calidad de los mismos), lo cual define una marcada diferencia en cuanto al PERX ya que se centra en temas más concretos.

Durante el desarrollo del proyecto se identificó, a través de entrevistas, documentos e información de la región; una serie de productos con gran potencial exportador, dentro de los cuales podemos citar a la maca, madera, granadilla, trucha, confecciones en fibra de alpaca, café, palta, entre otros; que forman parte de la canasta exportadora regional. En el presente documento se presentan los POP's de los primeros cuatro productos con un doble propósito: definir una serie de acciones para incrementar la oferta exportable y plantear una metodología de trabajo para otros productos de la región.

2. PLAN OPERATIVO DE LA GRANADILLA

2.1. Diamante de la Competitividad de la granadilla

Uno de los objetivos planteados para reactivar la agricultura y la agroindustria nacional, es eliminar la baja rentabilidad y competitividad que se registra en estos sectores. Para lograrlo se debe impulsar a las pequeñas unidades productivas para que alcancen mejoras progresivas en su productividad, disminuyendo sus costos de producción y produciendo bienes con alto valor agregado.

En Pasco, esta actividad se ha convertido en los últimos años en una de las más importantes en al región. Sin embargo no ha sido atendida adecuadamente, pese a ser una de las principales fuentes de generación de trabajo e ingresos.

En el caso de la agricultura y agroindustria de exportación, por su efecto dinámico y multiplicador, ésta es considerada un medio para incrementar los ingresos del país.

La granadilla, junto con la maracuyá, pertenece a la familia de las Pasifloráceas y se le conoce con ese nombre en Centro y Sud América (Perú, Bolivia, Costa Rica, Ecuador, Colombia, México y Guatemala), aunque en Hawai, Venezuela y Jamaica se le conoce como water lemon, granadilla de China o parchita amarilla, y granaditta, respectivamente. Su nombre científico es "Pasiflora ligularis" y es una planta trepadora que provee de una fruta ovoide o elíptica con un diámetro aproximado de 8 centímetros. Esta fruta crece sostenida a la vid por un pedúnculo largo que mide entre 6 y 12 centímetros de largo.

Se caracteriza por su agradable sabor dulce, su agradable aroma y por tener una cáscara dura que le da cierta ventaja. Dentro de esta cáscara, se encuentra una pulpa cubierta por un saco membranoso y esponjoso. Esta pulpa es gelatinosa y contiene un promedio de 250 pequeñas semillas planas,

elípticas, de color café oscuro o negro, envueltas por un arillo jugoso, transparente, dulce y aromático que constituye la parte comestible del fruto.

Esta fruta es nativa de Sudamérica y viene siendo cultivada, además en países como Colombia, México, Estados Unidos y otros países en Centro América y las Indias Occidentales. En el caso peruano, esta especie es cultivada en las regiones de Pasco, Huánuco, Puno, Junín, Cajamarca, La Libertad y Piura.

La granadilla se cultiva a una altitud de 900 y 2,700 m.s.n.m, en zonas en las que el clima presenta variaciones de 14º C y 24° C, con una humedad relativa de 75%. La granadilla es intolerable al fuerte calor, y requiere de suelos profundos y fuertes, con buena ventilación, de preferencia de textura franca o franco arenosa, y gran contenido de materia orgánica. Con un adecuado manejo técnico de riego y fertilización esta fruta puede llegar a producirse durante todo el año, siendo los meses de mayor producción entre abril y agosto.

Para poder exportarla en estado fresco, la granadilla debe mostrar una cáscara firme de color intenso, sin presentar abolladuras ni arrugas. Una variación en la coloración de la cáscara hacia tonos oscuros o marchitos muestra una fruta en mal estado que podría ser rechazada en el mercado internacional. Asimismo, el tallo debe medir cerca de 3 centímetros de largo y la pulpa debe ser compacta.

El fruto de la granadilla tiene innumerables usos y es consumida en diferentes presentaciones como fruta fresca o en jugos:

- Es apreciada por sus características organolépticas de sabor, color y aroma, por su alto contenido de fósforo, azúcar, vitamina C, fibra, calcio y niacina.
- Es utilizada para combatir la arteriosclerosis, la cual se caracteriza por la formación de placas en la pared arterial, compuesta básicamente por las grasas ingeridas durante la dieta alimenticia, como el colesterol, que pueden llegar a obstruir las arterias y vasos sanguíneos.

- Los componentes de la granadilla disminuyen la formación de coágulos en la sangre que obstaculizan las arterias.
- Previene la aparición de enfermedades con alto índice de mortalidad que dejan secuelas perjudiciales como los ataques cardíacos y cerebro vasculares.
- Excelente preparación alimenticia para los recién nacidos, como introducción a los alimentos sólidos que deben recibir durante su alimentación.

DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD DE LA GRANADILLA - PASCO

CONDICIONES DE LOS FACTORES:

Básicos
+ producto originario de Sudamérica tropical
+ Diversidad de pisos ecológicos en la región que permiten el cultivo de la granadilla.
+ Oxapampa provincia privilegiada para producción de granadilla.
+ Abundancia de mano de obra.
+ Disponibilidad de recursos naturales.
- Ubicación geográfica lejana de zonas productoras.
- Recurso hídrico y suelos parcialmente contaminados en la región.
- Fraccionamiento del predio.

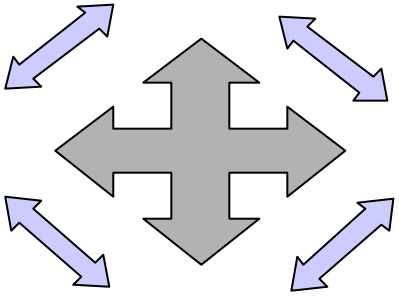
ALTO

Avanzados
- Escasa infraestructura y tecnología.
+ Amplia experiencia en el cultivo.
+ Cultivo que requiere de relativo poco cuidado.
- Escasa investigación sobre propiedades de la granadilla en el país.
- Escasa investigación y desarrollo de productos con mayor valor agregado.
- Baja productividad
-Sistemas de información deficientes.

BAJO

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD:
+ Competencia Internacional de muy alto nivel.
- Muchos pequeños productores.
- Productores agrarios poco organizados.
- No existe experiencia exportadora directa.
- Exportación de Granadilla es mínima e incipiente.
+ Exportadores e intermediarios compiten por materia prima.
- Escaso apoyo del exportador al productor.
- Informalidad de algunos productores.
- Escasa capacitación en gestión del productor.
- No hay una cultura exportadora por parte del productor
- Existen estrategias para consolidar oferta.
- Estrategia de comercialización por precios no por diferenciación.
- Incumplimiento de normas sanitarias.
- Visión de competencia local, no global

BAJO



INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO:

-Desarrollo limitado de industrias relacionadas y de apoyo a nivel regional
- No existe industria de procesamiento o transformación de la granadilla en la región.
+ Existen programas de asistencia técnica especializada, para manejo de cultivo, cosecha y post-cosecha.
- Se carece de alianzas estratégicas organizadas. Contratos Productor-Exportador.
- Servicios de capacitación escasos.
- Escasa oferta de servicios logísticos.
- Limitada promoción externa por carencia de recursos.

MEDIO

GOBIERNO:

+ Interés del Gobierno Regional y organismos estatales correspondientes para apoyar actividad agraria y agroindustrial.
+ Instituciones del Estado que apoyan en promoción y asesoramiento del cultivo.
+ Disposición del Gobierno Regional de impulsar el POP de la Granadilla.
+ ATPDEA, ACE con Chile, SGP con la UE
+ Próxima firma de Tratados de Libre Comercio
- Falta política integrada que garantice producción competitiva.
- Inseguridad Jurídica.
- Sistema tributario ineficiente.
- Escasos incentivos al productor
-Trámites administrativos burocráticos. Controles punitivos que no aportan.
- Escasa promoción del producto para incrementar demanda local e internacional.

CONDICIONES DE LA DEMANDA:
- Escaso desarrollo del mercado local, demanda poco exigente.
+ Oferta entregada a mercado exportador, mercado regional y nacional.
+ Existencia de mercado internacional con crecimiento constante de la demanda.
+ Demanda externa exigente.
+ Exportador requiere producto de calidad.
+ Demanda dirigida a productos diferenciados o como insumos con valor agregado.

ALTO

CASUALIDAD:

- Fluctuaciones climatológicas
- Contaminación
+ Incremento de la demanda
- Tendencia de agricultor al uso indiscriminado de plaguicidas.
+ Hallazgo de nuevas propiedades de la granadilla.

Condiciones de los factores[1]

Factores Básicos

Pasco cuenta con excelentes condiciones para el cultivo de la granadilla, en especial la provincia de Oxapampa. "Este cultivo es una de las actividades de importancia dentro de la economía de dicha provincia, por haberse constituido en una actividad alternativa que genera ingresos y da trabajo a sus pobladores, en comparación con otros cultivos"[2]. La producción se genera en los distritos de Villa Rica, Pozuzo, Chontabamba, Huancabamba y Oxapampa, siendo Huancabamba el distrito con mayor número de hectáreas sembradas en el 2004.

Existen diversos factores que deben ser considerados en el análisis del cultivo de la granadilla en la región: disponibilidad de mano de obra, ubicación geográfica, clima, disponibilidad del recurso hídrico.

Factores Avanzados

Pasco, y en especial la provincia de Oxapampa, se ve beneficiado por las condiciones altitudinales y climatológicas de la zona adecuadas para la siembra de granadilla. Sin embargo, presenta limitaciones en cuanto a la articulación con el mercado, lo que no permite un desarrollo tecnológico apropiado, lo que se revierte en la calidad de su producción y por tanto en sus niveles de competitividad.

[1] Los factores de producción son clasificados en básicos y avanzados. Los básicos son aquellos elementos que no han sido objeto de algún tipo de modificación dentro del contexto en donde se desarrolla determinada actividad económica, como es el caso de los recursos naturales. Específicamente, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada o semi especializada. Los factores avanzados se refieren a aquellos que han sido creados por el hombre, de acuerdo a las necesidades de éste para hacer eficiente y dinámica alguna actividad económica en función de la capacidad de los mismos. En este caso se refiere a la infraestructura, los recursos humanos altamente especializados y el desarrollo tecnológico y la innovación.

[2] Diagnóstico del Cultivo de la Granadilla, Provincia de Oxapamapa – Región Pasco. Ministerio de Agricultura, Agencia Agraria Oxapampa – Oxapampa 2005.

Adicionalmente, respecto del capital humano, la región enfrenta bajos niveles educativos, principalmente primarios y secundarios. En el ámbito rural la población no alcanza un adecuado aprendizaje al finalizar sus estudios primarios debido a la baja calidad en la educación y el difícil acceso a los centros de educación (lejanía y dispersión).

Respecto de la educación universitaria, existe una brecha entre lo que se dicta en las aulas universitarias y la realidad social. En general, los profesores no están vinculados con la producción de este cultivo u otros importantes de la región. Ello se refleja en el escaso personal calificado para las diferentes actividades del cultivo y producción de granadilla. Por lo tanto, una condición necesaria para alcanzar mayores niveles de competitividad en este cultivo, es la inversión en capital humano.

Por su parte, referente a infraestructura productiva, la región presenta algunas limitaciones para su implementación. En efecto, parte de los sistemas de riego empleados son erosivos y los suelos son mal utilizados, lo que conlleva a la pérdida de fertilidad y otros componentes del ecosistema.

Asimismo, cabe señalar que no existen centros de acopio que permitan el almacenamiento de este cultivo para una comercialización articulada con los diferentes mercados del país.

No existe una cultura de prevención del medio ambiente. En muchas producciones se aplican severas dosis de plaguicidas, a pesar de los esfuerzos por conseguir que los agricultores no utilicen agroquímicos y tengan un cultivo natural.

Por otro lado un alto porcentaje de la producción de granadilla se realiza sin el apoyo técnico necesario para obtener una productividad acorde con las exigencias del mercado local e internacional.

Adicionalmente, la infraestructura en comunicaciones se encuentra en mal estado, especialmente las vías terrestres que comunican la región con Lima. Lo mismo ocurre con las carreteras de penetración hacia la provincia y sus distritos, lo cual incrementa los costos de transporte. Respecto de los servicios de transporte éstos no son de buena calidad y existe mucha informalidad.

En cuanto a infraestructura básica, como agua, desagüe y salud, la región registra grandes deficiencias. La mayoría de los productores no cuentan con servicios higiénicos ni desagues y el agua potable es de mala calidad por encontrarse contaminada.

Finalmente, cabe señalar que la mayoría de productores de granadilla en Pasco no tienen acceso al sistema financiero, lo cual restringe sus posibilidades de invertir en capital para desarrollar sus cultivos en condiciones competitivas.

a) Estrategia, estructura y rivalidad[3]

Pasco se caracteriza por el elevado número de pequeños productores que se dedican al sector agrario. La atomización de los predios y de la producción, la elevada concentración de las tierras sembradas en pocos cultivos, además de la escasa labor de promoción de los cultivos con potencial en los mercados del exterior, constituyen algunos de los grandes inconvenientes que tienen que afrontar los procesadores y exportadores de esta fruta.

El nivel de informalidad en la región es muy alto y la organización empresarial es bastante incipiente. En efecto los agricultores se resisten a organizarse y conformar asociaciones que les permitan aprovechar las ventajas de un trabajo organizado (economía de escala).

De acuerdo con lo establecido en el Diagnóstico del Cultivo de la Granadilla de la Provincia de Oxapampa[4], las organizaciones de la cadena productiva de

[3] Este determinante de la competitividad se refiere al contexto en el que se crean, articulan, gestionan y operan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre ellas.

granadilla que vienen trabajando de manera consolidada (producción y comercialización) son las siguientes.

En el distrito de Huancabamba se encuentra constituida una Asociación de Productores Granadilleros del Centro Poblado Menor de Mallampampa (APROGRAM). Esta es una de las organizaciones más representativas de la Cadena Productiva de Granadilla en Oxapampa y cuenta con 30 socios de los cuales 20 son socios activos. Asimismo, se han firmado dos convenios con SENASA PASCO y la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión (Escuela de Agronomía de Pasco) y tienen tres convenios por firmar con la Química Suiza, comerciantes del Mercado Mayorista de Lima y FONDEBOSQUE (este último fue promovido por la Cadena Productiva de la Granadilla).

En el distrito de Oxapampa se viene trabajando con dos organizaciones promovidas por la cadena:

- Asociación de Productores Agropecuarios del Caserío de Acuzazu (APROAA) que cuenta con 13 socios activos. Los trabajos iniciales que se están realizando a nivel de esta organización se han enfocado a la sensibilización y fortalecimiento del cultivo, sin descuidar la parte de la asistencia técnica.
- Asociación de Productores Granadilleros del Caserío de Chacos Pampa (APG–CHACOS), es una asociación debidamente constituida en plena producción y comercialización.

En el distrito de Chontabamba se tiene una organización de productores de granadilla llamada "Asociación de Productores Agropecuarios de Rincón San José", la cual cuenta con 30 socios. A diferencia de las otras asociaciones, estos productores no cuentan con sembrío de granadilla, debido principalmente a un problema de litigio de tierras, lo que les impide invertir en este cultivo. A pesar de ello, la Agencia Agraria de Oxapampa (Ministerio de Agricultura) viene

[4] Diagnóstico del Cultivo de la Granadilla, Provincia de Oxapamapa – Región Pasco. Ministerio de Agricultura, Agencia Agraria Oxapampa. Oxapampa 2005.

realizando charlas de sensibilización, para efectuar trabajos técnicos de campo en un futuro.

Al igual que los productores de granadilla, los empresarios exportadores tampoco se encuentran organizados. El país no ha sido capaz de organizar competitivamente la escasa oferta nacional de granadilla. Esto ha llevado a que no se consolide nuestra presencia en los mercados internacionales ni tampoco en nuevos mercados.

b) Condiciones de la demanda[5]

En el Perú, el jugo de la granadilla forma parte de la alimentación de los niños, para preparar las paredes del estómago y la flora intestinal para la ingesta de futuros alimentos sólidos. Esta fruta se consume como fruta fresca o procesada en jugos, cócteles, helados, yogurts, mermeladas, postres, entre otros; pero sin llegar a una producción industrializada.

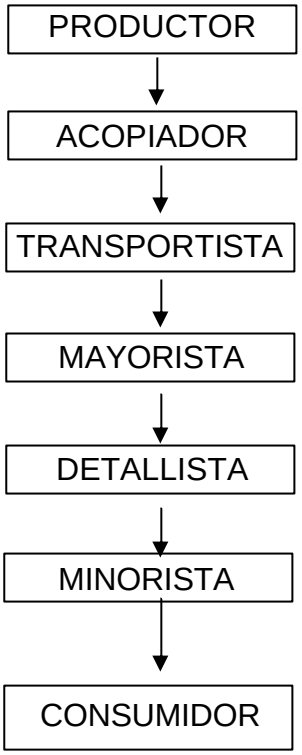
Adicionalmente, la flor de la granadilla, por su apreciado perfume y su alto contenido de néctar es utilizada para la preparación de perfumes y en la elaboración de infusiones para combatir el estrés, la hipertensión, entre otros males. Por su parte, las hojas de esta planta son utilizadas para combatir la fiebre alta y la tifoidea.

En el Perú, el principal mercado de destino de la granadilla como fruta fresca es Lima. Esta es transportada por vía terrestre desde los diferentes centros de producción en cajones de madera con una capacidad aproximada de 13 kilos.

Los canales de comercialización que sigue la granadilla fresca hacia el mercado limeño presenta el siguiente esquema[6]:

[5] Si bien Porter en su explicación del diamante en relación a este determinante está dirigida a la demanda interna, en este caso el análisis se circunscribe al estado actual y a las proyecciones de la demanda externa de los productos identificados como principales, ya que el enfoque del PERX es facilitar el desarrollo exportador de la región.

[6] Diagnóstico del Cultivo de la Granadilla, Provincia de Oxapamapa – Región Pasco. Ministerio de Agricultura, Agencia Agraria Oxapampa. Oxapampa 2005.



Uno de los principales problemas de la cadena productiva de granadilla en Pasco es el número de intermediarios. Este es quién fija los precios afectando la rentabilidad del productor, que por necesidad acepta esas condiciones.

Dinámica de las exportaciones y demanda mundial de la Granadilla

Este estudio demuestra que el nivel de las exportaciones peruanas es todavía incipiente y requiere un mayor esfuerzo para desarrollarlo y competir en el mercado internacional y poder consolidar la oferta exportable.

Básicamente se ha exportado la granadilla en dos presentaciones: fruta fresca y jugos. Las estadísticas muestran registros en los que se encuentran incorporados datos de otros productos que conforman la familia de las pasifloras, a las que pertenece la granadilla.

En el caso de la fruta fresca, la partida incluye información de las exportaciones de maracuyá (parchita), granada y demás frutas de la pasión, por lo que resulta difícil desglosar las operaciones por tipo de fruto. Únicamente esto ha sido factible cuando se ha exportado sólo maracuyá en estado fresco, por lo que estas operaciones no están consideradas en los datos que se analizan esta sección. En el caso del jugo de granadilla, la partida arancelaria incluye aún mayor variedad de productos tales como el jugo de camu camu, carambola, durazno, néctar de maca, entre otros; pero excluye el jugo de naranja, tomate, papaya, maracuyá, guanábana y mango.

Según estadísticas de la SUNAT, se ha exportado un volumen muy bajo de jugo de granadilla; mientras que la exportación de la fruta fresca ha registrado una tendencia diferente. En efecto, en el año 1998 se inició la exportación de este fruto con un valor de US$ 14,600, exportación que se dirigió principalmente a los Países Bajos, situación que se revirtió en el siguiente año (US$ 2,400 dirigidos principalmente a Jordania e Italia) como consecuencia del Fenómeno El Niño.

En los siguientes años estas exportaciones han mostrado un movimiento errático. En el 2000 se registró un pico exportándose más de US$ 57 mil y en el 2003 se exportó únicamente US$ 172. No obstante, esta situación se está revirtiendo y luego de esta fuerte caída, entre el 2003 y 2004 las exportaciones crecieron cerca de 267% y entre enero y septiembre del 2005 se vienen incrementado en 6 veces (US$ 78 mil).

La exportación de granadilla junto con los demás pasifloras ocupan el puesto 328 en el ranking de exportaciones y el puesto 14 en el ranking de las exportaciones agrarias (Ver Tabla Principales presentaciones de maca para exportación)

En el 2004, los principales países de destino de estas exportaciones han sido Francia (US$ 47.5 mil) y los Países Bajos (US$ 24.4 mil), con una participación

del 58% y 30%, respectivamente. Hasta septiembre del 2005, estos productos han sido exportados a Alemania, Italia y España, entre otros.

Exportaciones peruanas de granadilla, maracuyá y demás frutas de la pasión, frescas
Sub partida nacional 0810.90.10.00 - Según país de destino
(Valores expresados en términos FOB)

PAIS	2000 US $	2001 US $	2002 US $	2003 US $	2004 US $	2005 (Ene-Set) US $
Francia	-	-	-	-	1,795	47,499
Países Bajos	48,974	4,525	2,706	-	-	24,408
Alemania	-	-	455	-	3,580	5,647
Italia	1,976	1,630	1,048	172	109	356
España	3,974	8,132	-	-	-	174
Japán	-	-	-	-	784	-
Chile	-	-	-	-	-	-
Aruba	-	-	-	-	3	-
Suiza	-	-	750	-	-	-
Reino Unido	2,569	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	25
Total	**57,493**	**14,287**	**4,959**	**172**	**6,271**	**78,109**

Fuente: ADEXDATATRADE
Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

La principal empresa exportadora durante el año 2004 fue INMOLAG S.A.; mientras que a septiembre del 2005 Mercantil Cáceres S. R. L., Agrícola Athos S.A. (31%) y Agroindustrias Verdeflor S.A. (27%) ocupan los primeros puestos (33%, 31% y 27% respectivamente). Estas empresas abarcan cerca del 91% del total exportado por nuestro país, lo que podría llevar a una lenta reacción del mercado exportador en caso las exportaciones de cualquiera de estas empresas decaigan en el futuro.

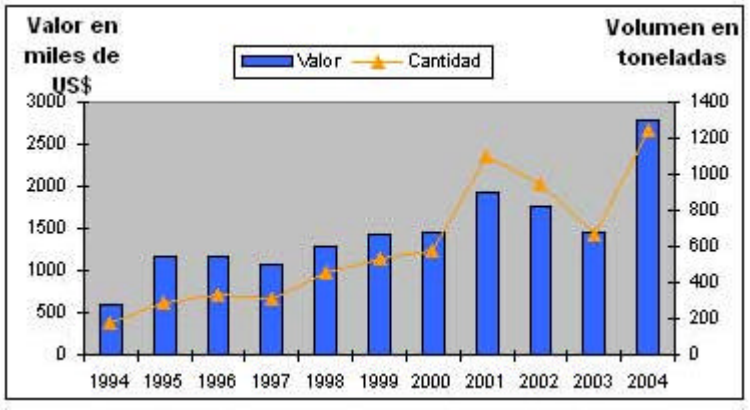
Exportaciones peruanas de granadilla, maracuyá y demás frutas de la pasión, frescas
Sub partida nacional 0810.90.10.00 - Según exportador
(Valores expresados en términos FOB)

EXPORTADOR	2000 US $	2001 US $	2002 US $	2003 US $	2004 US $	2005 (Ene-Set) US $
MERCANTIL CACERES S.R.LTDA.	-	-	-	-	-	26,160
AGRICOLA ATHOS S.A.	37,135	4,525	2,706	-	-	24,408
AGROINDUSTRIAS VERDEFLOR S.A.C.	-	-	1,340	-	-	21,339
INMOLAG S.A.	-	-	-	-	5,375	5,647
LATIN MARKET S.A.C.	1,976	1,830	1,048	172	69	60
CHASQUIS COURIER INTERNACIONAL S.R.L.	-	-	-	-	40	-
SEF S.A.	14,409	-	-	-	-	-
Otros	3,974	7,932	-	-	787	494
Total	**20,358**	**16,158**	**1,048**	**172**	**6,270**	**78,109**

Fuente: ADEXDATATRADE
Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

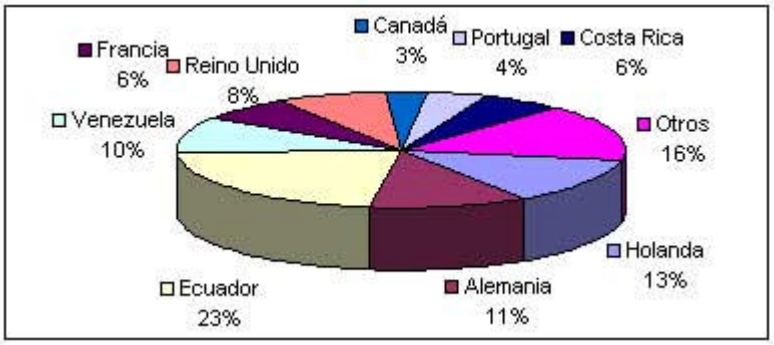
Como ya se mencionó, la granadilla en estado fresco es un producto con gran potencial en el mercado internacional que aún no ha sido aprovechado completamente. Por ejemplo, en el caso de Colombia sus exportaciones alcanzan un valor de US$ 2.8 millones tal como se aprecia en los siguientes cuadros.

Exportaciones Colombianas de Maracuyá y Granadilla
En valor y volumen 1995-2004



Fuente: DANE, DIAN. Cálculos Corporación Colombia Internacional

Principales destinos de las exportaciones Colombianas
Maracuyá y Granadilla 2004



Fuente: DANE, DIAN. Cálculos Corporación Colombia Internacional

A nivel mundial, las importaciones de las demás frutas de la familia de las pasifloras, han mostrado un crecimiento promedio de 7% entre 1999 y el 2003, siendo este último año el que más ha crecido, llegando a superar los US$ 820 millones. Hong Kong, a pesar de haber mostrado una disminución en sus

importaciones en el periodo 2002 – 2003, se mantiene como el líder en el mercado, cubriendo el 13% de las compras mundiales de estos productos. Lo siguen en importancia China (12%), Francia (9%) y los Estados Unidos (7.6%). Asimismo, países como Alemania, Países Bajos e Italia vienen mostrando un interesante dinamismo de sus importaciones.

Importaciones mundiales
Producto : 081090 otros frutos frescos.
(Valores expresados en miles de US $)

País Importador	Total Importado en 2003	Crecimiento anual en valor entre 1999-2003, %	Crecimiento anual en valor entre 2002-2003, %	Participación en las Importaciones mundiales, %
Hong Kong	108,868	-1	-25	13.27
China	100,974	38	22	12.30
Francia	73,100	-1	24	8.91
EE.UU	61,974	11	25	7.55
Alemania	60,979	6	16	7.43
Países Bajos	47,839	7	49	5.83
Italia	38,486	15	46	4.69
Singapur	31,963	-10	-3	3.89
Fed. Rusia	29,264	28	78	3.57
Taiwán	28,336	-3	-4	3.45
Otros	238,859			29.11
Total	**820,642**	**7**	**12**	**100.00**

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Por su parte, el mercado de la Federación Rusa ha mostrado el mayor crecimiento entre el 2002 y el 2003 (78%), seguido de los Países Bajos (49%), Italia (46%) y los Estados Unidos (25%).

Importaciones mundiales
Producto : 081090 otros frutos frescos.
(Valores expresados en miles de US $)

País importador	2000	2001	2002	2003	Crec. 03-02
Hong Kong	119,484	138,278	144,410	108,868	-24.61
China	52,634	79,872	82,901	100,974	21.80
Francia	77,914	45,226	59,083	73,100	23.72
EE.UU	49,021	43,498	49,451	61,974	25.32
Alemania	42,631	53,102	52,451	60,979	16.26
Países Bajos	31,085	33,314	32,008	47,839	49.46
Italia	18,365	22,241	26,333	38,486	46.15
Singapur	43,474	36,316	32,957	31,963	-3.02
Fed. Rusia	29,507	11,544	16,431	29,264	78.10
Taiwán	31,242	28,670	29,562	28,336	-4.15
Otros	168,031	177,746	201,506	238,859	18.54
Total	**663,388**	**669,807**	**727,093**	**820,642**	**12.87**

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

A nivel mundial, las exportaciones mundiales de estos productos frescos han superado los US$ 623 millones, con un ritmo de crecimiento anual promedio de 7% entre 1999 y el 2003 y un crecimiento de 14% en el 2003 respecto del año anterior. Si bien Tailandia no registró exportaciones en el 2002, en el 2003 ha sido el líder de las exportaciones mundiales con cerca de 15% del mercado. Luego le sigue España, con una participación del 13% del total, habiendo incrementado sus exportaciones en más de 40% entre el 2002 y el 2003. Hong Kong figura en el tercer lugar, a pesar que sus importaciones cayeron en 30% en el mismo periodo, pero manteniendo un crecimiento promedio de 12% anual.

Exportaciones mundiales
Producto : 081090 otros frutos frescos.
(Valores expresados en miles de US $)

País Exportador	Total exportado en 2003, en miles de US$	Crecimiento anual en valor entre 1999-2003, %	Crecimiento anual en valor entre 2002-2003, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
Tailandia	93,319	-	-	14.98
España	81,473	-7	40	13.07
Hong Kong	62,220	12	-30	9.98
Vietnam	53,638	51	46	8.61
Países Bajos	37,575	6	44	6.03
Francia	32,666	12	-6	5.24
EE.UU	27,307	13	19	4.38
Malasia	21,531	-7	-2	3.46
Israel	19,305	12	21	3.10
Sudáfrica	18,766	53	150	3.01
Otros	175,349			28.14
Total	**623,149**	**7**	**14**	**100.00**

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

En términos de crecimiento, Sudáfrica es el país exportador que más ha crecido entre el 2002 y el 2003 (150%) y asimismo ha mantenido un ritmo de crecimiento considerable en los últimos años de análisis. Países como Vietnam, los Países Bajos e Israel, también reflejan un incremento interesante en sus exportaciones de otros frutos frescos hacia el mundo.

Exportaciones mundiales Producto : 081090 otros frutos frescos. (Valores expresados en miles de US $)					
País Exportador	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**Crec. 03-02**
Tailandia	108,912	105,575	-	93,319	-
España	85,098	66,950	58,000	81,473	40.47
Hong Kong	72,577	81,913	88,967	62,220	-30.06
Vietnam	12,203	29,952	36,727	53,638	46.05
Países Bajos	24,477	24,413	26,108	37,575	43.92
Francia	22,289	25,191	34,736	32,666	-5.96
EE.UU	18,454	22,789	22,888	27,307	19.31
Malasia	27,101	24,055	22,059	21,531	-2.39
Israel	12,773	11,709	15,895	19,305	21.45
Sudáfrica	4,972	5,848	7,499	18,766	150.25
Otros	121,359	127,084	410,238	175,349	-57.26
Total	**510,215**	**525,479**	**723,117**	**623,149**	**-13.82**

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

c) Industrias relacionadas y de apoyo[7]

En la región existen varios esfuerzos de la cooperación técnica y ONGs que contribuyen con el desarrollo de la cadena productiva de la granadilla, brindando asesoramiento técnico. No obstante, este apoyo es insuficiente para cubrir a todos los empresarios y elevar los niveles de competitividad de este cultivo. Es necesario que los agricultores reciban mayor capacitación y asistencia técnica, para poder cumplir con los requerimientos de calidad que son exigidos en el mercado y producir a mayor escala.

Un aspecto importante que limita el desarrollo del sector exportador nacional es que los agentes comercializadores que forman parte importante dentro de la cadena de la granadilla están desorganizados, distorsionados y burocratizados. Esto se replica con los acopiadores e intermediarios que tampoco se han organizado de manera sólida.

[7] En este determinante se toman en consideración aquellos proveedores o industrias vinculadas que complementan el desarrollo y la operatividad de un sector, las cuales tienen que ser competitivos. Específicamente, se refiere a aquellas empresas que suministran insumos, comparten tecnologías comunes, canales de distribución, productos complementarios, clientes y servicios.

Para el caso específico de la exportación, la región carece de instrumentos básicos para fomentar su desarrollo exportador. En términos de capacitación, se requiere educar a los productores en el uso de los diversos medios de acceso a información de mercados para que conozcan sobre la importancia de la actividad exportadora, las oportunidades de capacitación efectiva y eficiente en temas vinculados al comercio internacional, la importancia de una estructura institucional con recursos adecuados que permitan dar sostenibilidad a las exportaciones regionales de la granadilla, entre otros temas. Asimismo, debería promocionarse la creación de instrumentos de apoyo que son muy importantes para que las empresas de la región cuenten con herramientas necesarias que les permitan competir con éxito internacionalmente.

e) Gobierno y casualidad[8]

Actualmente, el Estado peruano no desarrolla actividades para el aprovechamiento racional y ordenado de los recursos que pueden ser de utilidad para impulsar el desarrollo de la granadilla. Más aún, la función del Estado en este ámbito es percibida como fiscalizadora y recaudadora, y no de promoción o de apoyo.

Un mayor soporte técnico y comercial a los pequeños productores de la región, así como la implementación de políticas que promuevan la formalización y asociatividad entre los mismos permitiría que las empresas alcances niveles de competitividad óptimos.

Complementando el análisis de competitividad realizado, en la siguiente sección se presenta el análisis FODA desarrollado por los actores regionales en el Taller de Diseño y Elaboración del PERX Pasco.

[8] Según Porter, los cuatro determinantes de la ventaja competitiva de una nación o actividad económica se complementan con dos elementos adicionales: La influencia del "gobierno" y las incidencias del entorno denominadas "casualidad".

2.2. Análisis FODA

Los resultados de la matriz FODA se obtuvieron del análisis de competitividad y de los talleres de planeamiento estratégico realizados los días 22, 23 y 24 de junio del 2005 en Oxapampa y validados el día 15 de setiembre por los actores regionales.

Fortalezas
F1. Disponibilidad de diversos pisos ecológicos para su cultivo.
F2. Apoyo de entidades públicas a la consolidación de la cadena productiva.
F3. Mayor producción en comparación con otras zonas.
F4. Productores organizados.
F5. Experiencia en cultivo de granadilla.
F6. Fruta de agradable sabor con alto valor nutritivo y bondades medicinales.
F7. Producto que se puede asociar con la apicultura.
F8. Integración entre productores e intermediarios.
F9. Volúmenes de producción adecuados para la exportación.
F10. La capacitación a los agricultores a través del programa de frutales

Debilidades
D1. Bajo nivel educativo del productor.
D2. Presencia de intermediarios en la compra de granadilla.
D3. Bajo nivel empresarial en los productores y capacidad de gestión.
D4. Vías de acceso en mal estado.
D5. Fluctuación de precios.
D6. Poca inversión del sector público y privado para beneficio a los productores de granadilla.
D7. Escaso nivel organizacional de los productores.
D8. Informalidad de los productores de granadilla.
D9. Limitada orientación al agricultor para organizarse con objetivo de industrializar y exportar.
D10. Deficiente asistencia técnica.
D11. Desconocimiento de mercados potenciales.
D12. Limitada capacitación en comercio exterior de la granadilla.

Oportunidades
O1. Incremento de la demanda internacional.
O2. Financiamiento externo por cooperación internacional.
O3. Inversión privada nacional y extranjera.
O4. Desarrollo de ferias nacionales e internacionales.
O5. Tratado de Libre Comercio.

Amenazas
A1. Desarrollo tecnológico avanzado en otros países en la producción de granadilla.
A2. Aparición de plagas no controlables en las plantas de granadilla.
A3. Incremento de oferta por parte de otros países.
A4. Presencia de fenómenos climáticos que afectan la producción de granadilla.

2.3. Visión

"Para el año 2016, la exportación de granadilla y sus derivados ecológicos ha permitido un mejor nivel de vida en la Región Pasco."

2.4. Valores

Se presentan los alcances de cada uno de los valores seleccionados por el grupo que participó en el taller para elaborar el PERX, los que constituyen la plataforma de valores compartidos, entendido como el conjunto de normas, preceptos, patrones políticos, morales y sociales que caracterizan la cultura exportadora de la Región Pasco, los cuales deben guiar la conducta de los actores involucrados.

Solidaridad

Es una característica de la sociabilidad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos.

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.

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

Disciplina

Es el respeto de las leyes, normas, acuerdos y/o convenciones sociales y, en el sentimiento regional, condición necesaria para un desarrollo ordenado y sustentable.

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.

Excelencia

Es el logro de una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad

2.5. Objetivos estratégicos

Objetivo estratégico 1.	Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.
Objetivo estratégico 2.	Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios regionales en los mercados de destino priorizados.

2.6. Matriz del Plan Operativo de la granadilla:

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 1: Hacer un diagnóstico del cultivo de la granadilla**.**				
Indicador de logro:	Contar con información actualizada de la producción regional de granadilla			
Indicador de avance:	Determinar el nivel de desarrollo sectorial a través de un diagnóstico para fines de 2006.			
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Realizar un censo y diagnóstico de áreas productivas de granadillas, productores y asociaciones empresariales que incluya técnicas de producción y control de plagas y enfermedades presentes	Contar con información específica sobre los productores y la producción de la región.	• El censo está concluido a fines de 2006. • El diagnóstico esta listo a fines de 2007.	MINAG - SENASA PRODUCE INEI **Gobierno Regional** Universidades Gobiernos Locales Asociaciones de Productores
T2	Recopilar datos estadísticos de volúmenes de producción de granadilla.	Obtener datos estadísticos actuales de volúmenes y rendimientos de la producción de la granadilla.	• En el 2006 se ha recopilado el 60% de información. • En el 2007 se ha recopilado el 90% de la información	MINAG Universidades INEI – Pasco MINAG Universidades CIP

Nota: En todas las matrices se ha subrayado al responsable principal de la tarea.

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.			
ACTIVIDAD # 2: Organizar, integrar, fortalecer y promover el cultivo de la granadilla en la región Pasco.			
Indicador de logro:	Incremento de la producción y de la calidad de la granadilla		
Indicador de avance:	En el 2008 la producción de granadilla ha aumentado y los costos de producción se redujeron		
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Convocar y sensibilizar a los productores de granadilla en la región Pasco.	Fortalecer y formalizar las organizaciones de productores.	• En el 2006 se ha sensibilizado a los productores sobre la importancia de asociarse. • A inicios de 2007 las asociaciones existentes están formalizadas. • A fines del 2007 el 50% de los productores está asociado	MINAG Gobierno Regional Gobiernos Locales Asociaciones de Productores
T2	Formalizar a los productores de granadilla.	Permitir el acceso de los productores al financiamiento y los programas de apoyo.	• En el 2006 se ha formalizado el 30% de los productores. • En el 2009 se ha formalizado el 60% de los productores. • En el 2015 se ha formalizado el 95% de los productores.	PROMPEX Gobierno Regional Gobiernos Locales MINAG PETT MINCETUR Productores SUNAT
T3	Organizar eventos de capacitación en gestión empresarial para las asociaciones y demás productores.	Mejorar las habilidades empresariales del sector.	• A fines de 2007 se ha capacitado al 20% de los productores. • A mediados de 2011 los productores del sector aplican herramientas modernas de producción.	Asociaciones de Productores **ONG's** MINAG PROMPYME Organizaciones de productores
T4	Establecer alianzas estratégicas entre empresas y centros de formación técnica.	Intercambio de tecnología y capacitación.	• Durante el primer trimestre de 2007 la alianza cuenta con 5 empresas y 10 centros de formación.	Gobierno Regional DIRCETUR Universidades Gremios empresariales

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 3: Desarrollar programas de investigación y capacitación para el fortalecimiento de la cadena productiva.				
Indicador de logro:	La productividad ha aumentado en 40% como resultado del uso de tecnologías adecuadas			
Indicador de avance:	Al 2009 ha aumentado la productividad de los cultivos en 15%			
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Hacer un diagnóstico del nivel tecnológico de los productores.	Identificar las necesidades tecnológicas de los productores	• En el 2006 se ha identificado las necesidades del 50% de productores. • En el 2007 se ha identificado las necesidades del 90% de productores. • A partir del 2009 cada dos años se ha actualizado el diagnóstico.	MINAG ONG's Empresas Privadas
T2	Establecer convenios con instituciones públicas y privadas de investigación ligados al sector agrario.	Comprometer a instituciones de investigación agraria.	• En el 2006 se tiene cuatro convenios establecidos.	Gobierno Regional MINAG Gobiernos Locales Universidades Centros de Investigación
T3	Implementar un programa regional de investigación y desarrollo tecnológico que incluya procesos de industrialización	Generar y/o adquirir la base de conocimiento y tecnología que requiere la actividad exportadora regional.	• En el 2006 se ha convocado y coordinado con centros de investigación existentes para elaborar el programa. • A inicios del 2008 se pone en marcha el programa de Investigación y Desarrollo. • A fines del 2010 se han completado cuatro proyectos de Investigación y Desarrollo.	Asociación de productores Gobierno Regional PRODUCE
T4	Implementar un mecanismo de capacitación y transferencia de tecnologías desarrolladas en la región y foráneas	Mejorar la competitividad de las exportaciones regionales	• A fines de 2008 se ha transferido dos tecnologías "importadas" a los productores. • A fines 2011 se ha transferido al menos una tecnología desarrollada en la región. • A partir de 2013 hay una transferencia continua de nuevas tecnologías.	Asociación de productores Gobierno Regional PRODUCE

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 4: Buscar fuentes de financiamiento para el desarrollo de la granadilla.				
Indicador de logro:	Se han otorgado préstamos a productores y exportadores de la región			
Indicador de avance:	Se han establecido y canalizado líneas de crédito para el sector agro exportador de la región.			
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Elaborar perfiles de producción de granadilla.	Perfiles de proyectos productivos aprobados.	• A diciembre del 2006 cinco perfiles presentados.	Gobierno Regional Agencia Agraria de Oxapampa ONG's Universidad
T2	Identificar fuentes de financiamiento con líneas para el desarrollo agrícola y para la exportación.	Base de datos con información de fuentes de financiamiento	• A julio del 2006 se han identificado las entidades financieras.	Gobierno Regional
T3	Presentar documentos de gestión a los bancos, ONG's, fuentes gobernantes internacional para obtener financiamiento.	Obtención de financiamiento.	• A enero del 2007 se cuenta con dos financiamientos aprobados.	Gobierno Regional Agencia Agraria de Oxapampa UNDAC MINAG

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 5: Promover la industrialización de los derivados de la granadilla.				
Indicador de logro:	Derivados de la granadilla identificados			
Indicador de avance:	Estudio realizado que establece las propiedades y derivados de la granadilla			
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Elaborar un perfil de proyecto para la identificación de productos derivados de la granadilla	Perfil elaborado y aprobado por la Oficina de Inversión Pública Regional	• A marzo del 2006 la OPI ha aprobado el Perfil de proyecto. • A diciembre del 2005 se han identificado fuentes de financiamiento del estudio.	Dirección Regional de Agricultura Gerencia de Desarrollo Económico.
T2	Capacitar a los productores en procesos de industrialización de la granadilla.	Crear interés y competencias en los productores para incursionar en la industrialización de la granadilla	• A fines de 2008 se han dictado los primeros tres programas de capacitación. • A fines de 2010 los productores estructuran proyectos de industrialización.	PRODUCE Gobierno Regional Gobiernos Locales Asociaciones de Productores

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2: Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios regionales en los mercados de destino priorizados.				
ACTIVIDAD # 1: Promocionar los productos y consolidar la presencia de la granadilla en el mercado internacional.				
Indicador de logro:	Posicionar la "granadilla Pasco" en los mercados priorizados.			
Indicador de avance:	A partir de 2008 un stand de granadilla inicia su participación en ferias internacionales.			
TAREAS		**METAS**	**INDICADORES**	**RESPONSABLES**
T1	Crear un centro de promoción e información a nivel nacional y regional.	Promover la granadilla de la región en los principales mercados internacionales.	• A fines de 2006 el centro inicia sus operaciones. • A fines de 2007 se ha completado una campaña promocional de la granadilla de la región.	***PROMPEX*** CERX DIRCETUR MINCETUR Gobierno Regional Gremios
T2	Participar en ferias nacionales e internacionales.	Tener presencia en eventos internacionales.	• A fines de 2006 una delegación regional ha participado en una feria internacional de frutas. • A partir de 2008 hay un stand regional en las principales ferias.	***Asociaciones de Productores*** ***PROMPEX*** MINAG DIRCETUR Gobierno Regional PRODUCE
T3	Promover los productos derivados de la granadilla de la región a través de las oficinas comerciales en los principales países demandantes del mundo.	Establecer vínculos comerciales con mercados priorizados.	• A fines de 2007 hay un plan integral de utilización de las oficinas comerciales. • A fines de 2008 se está trabajando intensa y coordinadamente con 2 embajadas. • A fines de 2009 se tiene presencia en las embajadas de los 5 principales mercados.	MINAG RREE Gobierno Regional Gobierno Locales Cámara de Comercio Cancillería Consejeros Comerciales PROMPEX

Ranking de 24 Exportaciones Agrarias-OMC, peso y valores FOB de enero a diciembre de 2003 y 2004

Nº	Subpartida Nacional	DESCRIPCIÓN	Peso neto (t)		Peso bruto (t)		Valor FOB (Miles US$)	
			2003	2004	2003	2004	2003	2004
6	0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	39 924,04	59 717,04	43 978,83	65 782,71	31 109,38	43 182,02
10	2005901000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES) PREPARADAS O CONSERV ADAS, SIN CONGELAR	3 680,97	9 596,21	5 301,00	13 379,01	7 180,14	21 993,87
13	0804400000	AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS	11 519,74	14 598,27	12 644,98	16 157,81	15 722,30	18 708,043
24	3203002100	CARMIN DE COCHINILLA	232,92	245,47	263,21	275,26	6 819,78	10 688,85
38	1404103000	TARA	6 615,01	6 300,81	6 714,41	6 400,23	6 519,55	5 674,16
40	0511991000	COCHINILLA E INSECTOS SIMILARES	260,44	260,64	273,74	267,82	3 877,84	5 306,83
65	2008993000	MANGOS PREPARADOS O CONSERVADOS	3 209,20	3 199,04	3 504,78	3 491,18	2 545,81	2 465,43
68	2009801400	JUGO DE MANGO	2 427,23	3 143,35	2 673,40	3 458,46	1 994,92	2 446,67
91	1106201000	HARINA DE MACA (*Lepidium meyenii*)	185,09	221,15	200,53	235,09	1 348,19	1 512,99
117	1005909090	LOS DEMAS MAICES	776,80	843,90	801,76	882,53	760,56	861,86
155	0713509000	HABAS, HABA CABALLAR Y HABA MENOR EXCEPTO PARA SIEMBRA	160,43	232,87	163,19	237,00	244,52	349,02
178	1005909020	MAIZ MORADO	177,80	209,90	189,63	222,40	236,24	247,59
228	0714901000	MACA (*Lepidium meyenii*) FRESCOS, REFRIGERADOS, CONGELADOS O SECO	64,13	11,14	65,59	11,14	215,70	89,50
328	0810901000	GRANADILLA, "MARACUYA" (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (*Passiflora spp*,) FRESCA	4,88	9,18	5,54	10,28	5,25	14,01
362	0909100000	SEMILLAS DE ANIS O DE BADIANA	0,50	1,45	0,65	1,61	5,87	8,22
365	0709100000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES) FRESCAS O REFRIGERADAS	24,44	2,12	26,80	2,37	32,56	7,93
393	1106309010	HARINA,SEMOLA DE LOS PROD,DEL CAP,8,,,LAS DEMAS,,,DE LUCUMA	4,97	0,71	6,76	0,79	18,32	4,19
428	0713501000	HABAS, HABA CABALLAR Y HABA MENOR PARA SIEMBRA	0,00	2,28	0,00	2,28	0,00	2,11
430	3301291000	ACEITES ESENCIALES DE ANIS,	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	1,95
440	3203001600	MATERIAS COLORANTES DE ORIGEN VEGETAL DE MAIZ MORADO (ANTOCIANINA	0,42	0,10	0,56	0,12	26,26	1,50
461	1208100000	HARINA DE HABAS (POROTOS, FRIJOLES, FREJOLES) DE SOJA (SOYA)	1,10	0,86	1,31	0,88	2,07	0,94
519	2008209000	LAS DEMAS PIÑAS TROPICALES PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO	0,69	0,09	0,82	0,10	1,35	0,12
527	2208701000	LICORES DE ANIS	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,09
546	2009490000	JUGO DE FRUTAS,,,,JUGO DE PIÑA,,,LOS DEMAS	0,00	0,01	0,00	0,01	0,00	0,03
567	2208904200	AGUARDIENTE DE ANIS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: DGIA
Elaboración: MINAG