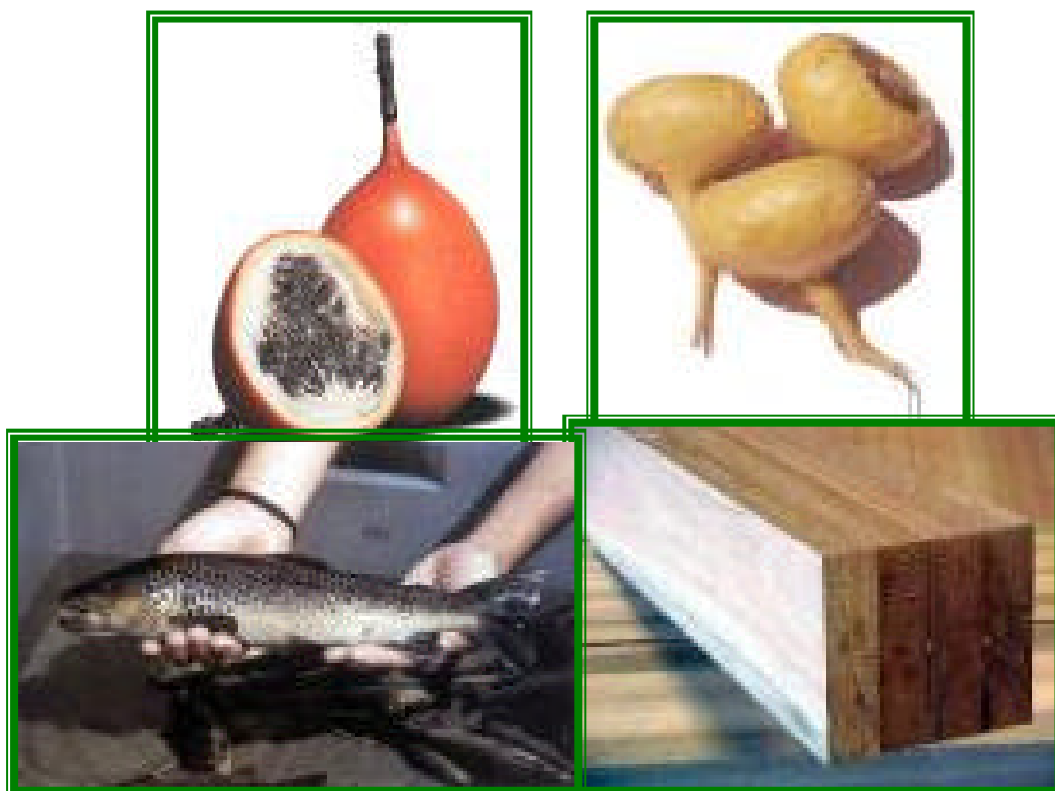


MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Planes Operativos de Productos Seleccionados

POP's



Región Pasco



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 TRUCHA	4
2.1.	Diamante de la Competitividad de la Trucha.....	4
2.2.	Análisis FODA	¡Error! Marcador no definido.
2.3.	Visión	30
2.4.	Valores.....	30
2.5.	Objetivos estratégicos	31
2.6.	Matriz del Plan Operativo de la Trucha	32

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 volúmenes 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 TRUCHA

2.1. *Diamante de Competitividad de la trucha*

La crianza de la trucha para su comercialización puede ser un negocio muy rentable. El caso de Chile es bastante ilustrativo, ya que en poco tiempo este país se ha convertido en el principal exportador mundial de truchas congeladas con cerca de US\$ 137 millones. Su estrategia se sustenta en una crianza intensiva con mucha inyección de capital y logrando máxima eficiencia en su producción.

En el Perú se realiza una crianza extensiva de la trucha que no consigue los niveles de rentabilidad ni volúmenes necesarios para triunfar en los mercados internacionales, destinando básicamente la producción al mercado interno.

La trucha, especie de la familia de los salmónidos, fue introducida en el Perú a finales de la década del 40 desde los Estados Unidos y Canadá. Inicialmente, fueron instalados algunos centros de reproducción en diversos lugares de la sierra de nuestro país (Huancayo, Huaraz, Cuzco, Arequipa, Cajamarca, Puno, etc) -especialmente dedicados a atender la alimentación del personal dedicado a la producción minera- desde los cuales los alevinos de esta especie fueron diseminados por ríos y lagunas.

La trucha es un salmónido de agua dulce que vive en aguas frías. Para su crianza es necesario contar con un terreno con declive de unos 2,000 a 3,500 metros cuadrados con acceso de agua.

Para su desarrollo, es necesaria la instalación de un sistema de pozas que permita realizar actividades de engorde de las truchas desde que son simples alevinos (recién nacidos) hasta que alcanzan los 20 o 30 centímetros de largo y aproximadamente 250 a 280 gramos. El proceso demora un año y requieren una alimentación balanceada, especialmente constituida de concentrado de soya.

Un adecuado mantenimiento supone que durante este tiempo se limpien las pozas cada quince días y se mantenga la temperatura del agua constante, ya que un aumento de ella podría ocasionar la muerte de los peces.

Los alevinos aumentan sistemáticamente su tamaño durante los ocho a diez primeros meses, llegando en su etapa adulta con un peso de 250 gramos, para entonces estarán listas para su comercialización

Adicionalmente a este sistema, existe una segunda opción, más económica, para la crianza de truchas. Este sistema alternativo se realiza en una jaula flotante compuesta por un bastidor de madera o metal liviano del cual cuelga una red de material sintético donde son introducidos los peces para su crianza. El sistema de jaulas puede ser instalado en un río, lago o laguna.

En ambos sistemas, el alimento se distribuye en forma manual. A medida que las truchas se aproximan al tamaño apto para su venta, esta operación tiene que ser realizada dos veces al día.

La crianza de la trucha con fines comerciales constituye un negocio que está creciendo en muchas regiones del país. A nivel nacional el departamento de Junín es el primer productor de truchas, aportando alrededor del 50% de la producción total del país. En lo que respecta a Pasco, la región posee excepcionales condiciones para desarrollar la crianza y explotación del recurso truchícola.

En efecto, la acuicultura en la región se sustenta básicamente en el desarrollo de la truchicultura, la cual se realiza utilizando los recursos hídricos de la región (manantiales, riachuelos, ríos y lagunas), siendo una actividad paralela de las actividades tradicionales del productor.

DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD TRUCHICOLA DE PASCO

GOBIERNO:

- + Interés del Gobierno Regional para piscicultura de trucha.
- + Disposición del Gobierno Regional de impulsar el POP de trucha.
- + ATPDEA. ACE con Chile, SGP con la UE.
- + Próxima firma de Tratados de Libre Comercio
- + Promoción turística ha servido para aumentar el consumo de trucha a nivel nacional.
- + Se han otorgado 38 concesiones para explotación de recursos hídricos en crianza de truchas.
- Limitado apoyo en tecnología, investigación y desarrollo a esta actividad.
- Limitado incentivo a la inversión privada.
- Marco jurídico inestable, aparato administrativo burocrático, lento y obstaculizante.
- Escasa actividad promotora del consumo de truchas.

CONDICIONES DE LOS FACTORES:

Básicos

- + Condiciones hidrográficas y climáticas favorables.
- + Abundancia de mano de obra.
- + Trucha Arco Iris adaptada a condiciones de la región.
- Ubicación geográfica de zonas productoras.
- Bajo volumen de producción
- Contaminación del agua producto de actividades mineras y urbanas.
- Trucha arco iris desplaza a otras especies nativas.

MEDIO/ALTO

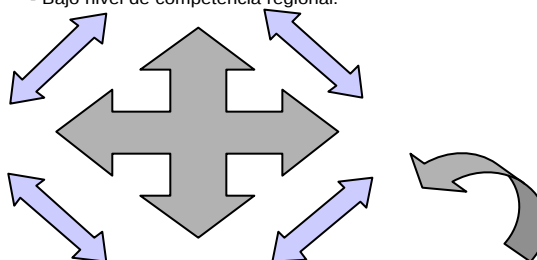
Avanzados

- Deficiente Infraestructura vial en el interior.
- Deficiente desarrollo tecnológico. Crianza tradicional.
- Escasa formación del productor.
- Se carece de infraestructura para capacitación.
- Limitado acceso a financiamiento.
- Escasa investigación e innovación.
- Se carece de reproductores genéticamente mejorados.

BAJO

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD:

- Alto nivel de competencia a nivel nacional.
- Muchos pequeños productores. Cadena desarticulada.
- Actividad piscícola de subsistencia.
- Se desarrolla en zonas donde no hay industria y agroindustria.
- Actividad que se realiza en paralelo a actividades tradicionales
- Limitadas experiencias de asociatividad, pero hay interés.
- Desconfianza entre los empresarios.
- Empresario empírico y con poca visión de futuro.
- Informalidad.
- Poco desarrollo empresarial/falta de enfoque estratégico.
- Escaso desarrollo industrial.
- Alto costo de producción.
- Bajo nivel de competencia regional.



INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO:

- + Existen programas de cooperación técnica.
- + Importación ovas fertilizadas desde USA.
- Proveedores de insumos poco competitiva.
- Servicios de capacitación escasos.
- Escasa oferta de servicios logísticos.
- Instituciones públicas y privadas ofrecen escaso apoyo en este sector.

BAJO

- + La experiencia exportadora se concentra en una empresa.
- + Se carece de cultura exportadora.
- No hay estrategias para consolidar oferta.

BAJO

CONDICIONES DE LA DEMANDA:

- + Demanda externa exigente.
- + Crecimiento constante de la demanda.
- Exportaciones indirectas.
- + Crecimiento de exportaciones peruanas.
- Demanda nacional poco exigente.
- Mercado externo ajeno a piscicultores de la región.

BAJO

CASUALIDAD:

- + Incremento de la demanda.
- Fluctuaciones climatológicas: Heladas, sequías.
- Aumento de la contaminación de suelos y recurso hídrico.

a) Condiciones de los factores¹

Factores Básicos

La región Pasco, posee una gran variedad de recursos hidrológicos, por lo cual, la actividad piscícola de la trucha puede desarrollarse con gran ventaja. Más aún, muchos de los recursos hídricos tienen microbiología, condiciones físicas y químicas necesarias, para desarrollar óptimamente la crianza de truchas.

A pesar de ello, sólo California's Garden S.A. produce en gran escala, articulando su producción con Piscifactoría de los Andes S.A. en Junín, la principal empresa exportadora de truchas en el país. La mayoría de las empresas en Pasco son de tipo artesanal, dedicadas a la producción para subsistencia (Ver Tabla: Padrón de piscigranjas de Pasco).

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.

PADRON DE PISCIGRANJAS CON RESOLUCION DE FUNCIONAMIENTO PASCO					
N°	NOMBRE Y/O RAZON SOCIAL	RESOLUCION	DISTRITO	PROV.	RECURSO HIDRICO
1	LEON BERNUY ESPINOZA	R.M.530-96-PE	VICCO	PASCO	MANATIAL PIRURO
2	CALIFORNIA'S GARDEN S.A.	R.D.073-98-PE/DNA	OXAPAMPA	OXAPAMPA	MANT. ALTO LLAMAQUIZU
3	ASOC. PISCICULTURA SAN CARLOS	R.D.01-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	PASCO	RIO RUMICHACA
4	SATURNINO PORTILLO ALEJANDRO	R.D.02-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	PALLANCHACRA	PASCO	RIO JARRIA
5	DIONISIO MONAGO FLORES	R.D.03-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	YANACANCHA	PASCO	RIO PARIAMARCA
6	PRIMITIVO PORRAS PANDURO	R.D.06-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	PAUCARTAMBO	PASCO	RIO PAUCARTAMBO
7	SONIA MARUJA PALACIN LLANA	R.D.07-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	LAGUNA LULICOCHA
8	MARCELINO MAXIMO RIMAC CAMARENA	R.D.08-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	TICLACAYAN	PASCO	MANT. PIQUILHUANCA
9	EL TAMBINO DE YANATAMBON S.C.R.L.	R.D.09-2000-CTAR-PASCO-DIREPE	YARUSYACAN	PASCO	RIO ANASQUISQUE
10	PEDRO DAVID PALACIOS MALDONADO	R.D.01-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	HUARIACA	PASCO	RIO CHINCHAN
11	GILBERTA PANDURO DE POZO	R.D.02-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	PAUCARTAMBO	PASCO	RIO LLAMCAY
12	COLEGIO NAC. JERONIMO MELENDEZ J.	R.D.05-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	SANTA ANA TUSI	D.A.C	RIO AGO
13	MAURO ATENCIO OSCATEGUI	R.D.06-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	SIMON BOLIVAR	PASCO	RIO SAN JUAN
14	TEOFILO VILLANUEVA MENDOZA	R.D.07-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	VILCABANBA	D.A.C	RIO CUCHIS
15	EUGENIO VILLANUEVA GUILLERMO	R.D.08-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	D.A.C	RIO TUMSHUPAICO
16	MOISES MUCHA MINAYA	R.D.09-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	HUARIACA	PASCO	RIO PUMAQUIRON
17	VICTOR RAUL RICARDI BARCAYOLA	R.D.10-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	D.A.C	MANT. GARASHCANCHA
18	ROGER ALCIDES SANTIAGO ZELADA	R.D.11-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	SIMON BOLIVAR	PASCO	RIACHUELO CALZADA
19	OCTAVIO JANAMPA QUISPE	R.D.12-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	LAG. LULICOCHA
20	ASOC. CIVIL SAN PEDRO DE NINACACA	R.D.13-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	LAG. COCHACHUYCO
21	TEODILFO RUIZ BONILLA	R.D.14-2001-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	LAG. COCHACHUYCO
22	MACARIO VALLE ROJAS	R.D.05-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	D.A.C	RIO CHACARAGRA
23	COOPERATIVA COM. HUAYLLAY LTDA. 16	R.D.06-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	HUAYLLAY	PASCO	RIO COLORADO
24	E. C. M. SERV. SANTA PATRICIA S.A.C	R.D.07-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	YANACANCHA	PASCO	RIO TULLURAUCA
25	LEON BERNUY ESPINOZA	R.D.10-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	LAGUNA LULICOCHA
26	E.A. EL NUEVO PORVENIR S.C.R.L.	R.D.11-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	D.A.C	RIO COLORADO
27	VILMA EBA CONDOR AVELINO	R.D.12-2002-CTAR-PASCO-DIREPE	NINACACA	PASCO	MANAT. PORRORRUYOC
28	COM. CAM. SAN ANTONIO DE RANCAS	R.D.01-2003-G.R.PASCO-DIREPE	SIMON BOLIVAR	PASCO	RIO SAN JUAN
29	LUIS PALACIOS ILDEFONSO	R.D.13-2003-G.R.PASCO-DIREPE	SANTA ANA TUSI	D.A.C	RIO CONDORMAYO
30	JOB EDMUNDO OSORIO CURI	R.D.14-2003-G.R.PASCO-DIREPE	YANAHUANCA	D.A.C	RIO PUMAPACHUPAN
31	MATEO ZENON PANDURO CALLUPE	R.D.001-2003-G.R.PASCO-PRODUCE	PAUCARTAMBO	PASCO	MANANTIAL JATUN HOGO

Información al 30/03/2004

Fuente: Produce PASCO

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Si bien Pasco cuenta con las condiciones hidrobiológicas, existen algunas limitaciones para el desarrollo de la actividad piscícola respecto del caudal de los ríos, riachuelos y manantiales explotados durante la época de estiaje.

Los recursos naturales de la región se han visto afectados por la actividad de sus pobladores, empresas y distintos proyectos de desarrollo que no han priorizado la protección del medio ambiente: degradación del recurso hídrico por contaminación; construcción de represas, diques y otras obras hidráulicas para el servicio del campo, las ciudades y la producción de energía; modificación del cauce de algunas fuentes de agua; mal uso de la tierra, la aplicación indiscriminada de plaguicidas en los cultivos, desagües de la población y en los últimos años, la actividad de las empresas mineras ha ido contaminando las aguas de algunos ríos y lagunas en algunos sectores donde habitan las truchas causando en muchos casos la muerte de toda forma de

vida. Por otro lado, la pesca indiscriminada de la población en las áreas rurales, usando métodos prohibidos como el barbasco y la dinamita, ha puesto en peligro la existencia de la trucha. Asimismo, la contaminación afecta el normal desenvolvimiento de la actividad truchícola de la región, ya que daña el ambiente en el que esta actividad se desarrolla.

Pasco cuenta con cinco cuencas claramente definidas: la del Huallaga, la parte alta del Perené, el Pachitea, el Marañón y el Mantaro en su parte alta. Según el Ministerio de Agricultura², esta región cuenta con 527 ríos, entre los cuales se pueden mencionar Quiparacra, Pucuruhuay, Jachahuanca, Chinchán, San José, Colorado, Tingo, Jarria, San Juan, Pucayacu, Chorobamba, Contabamba, Huancabamba, Eritaz, Palcazo, Pichis, Pozuzo y el Río Santa Cruz.

Asimismo, se han inventariado un total de 646 lagunas entre las que destacan Patarcocha, Yanamate, Alcacocha, Pum Run, Quiulacocha, Verde Cocha, Acucocha, Chacacancha, Huarincocha, Cuyuma, Angascancha, Quimacocha, Llacsacocha, Azulcocha, Shegue, Lulicohca, Aguascancha, Yanacocha, Chinchaycocha, Palcash, Pomacocha, Ranracocha, Chacta, Gozan, Chichuraquina, y Estanco.

Todos los recursos naturales mencionados tienen perspectiva de desarrollo, para la crianza de truchas a mediano y largo plazo.

Actividad truchícola:

La principal especie criada en la región es la trucha del tipo Arco Iris, variedad de gran tamaño que alcanza en su edad madura un promedio de 60 cm, aunque las que se comercializan son las más jóvenes (20 a 30 cm. de largo y un peso de 250 a 280 gramos). Las propiedades nutritivas de esta especie son elevadas y con un solo kilo se puede alimentar a 8 personas.

² Plan Estratégico Regional Agrario Pasco.

Los productos derivados de truchas y que se venden en el mercado, son:

- Trucha eviscerada congelada
- Trucha deshuesada congelada
- Filete congelado
- Filete de trucha ahumada en frío
- Filete de trucha ahumada en caliente
- Fresca con vísceras
- Fresca eviscerada

Cabe destacar que hasta la fecha se han otorgado 38 autorizaciones y concesiones para desarrollar la actividad piscícola de trucha en la región, especialmente en la provincia de Pasco y Daniel Alcides Carrión, pero el principal productor se encuentra localizado en Oxapampa.

Factores Avanzados

Desde hace varios años existe conocimiento en la región sobre la crianza y reproducción de la trucha Arco Iris para su comercialización o como fuente de alimentación para sus pobladores y el resto del país. No obstante, la truchicultura en Pasco es aún incipiente. La crianza no se ha basado en técnicas adecuadas de producción, lo que hace poco rentable la actividad por la falta de especialización y lo elevado de sus costos.

Con excepción de las actividades desarrolladas por California's Garden, es innegable el bajo nivel tecnológico y de especialización existente en la mayoría de productores de la región.

El asesoramiento técnico y personal idóneo, debidamente capacitado, para obtener una mayor productividad y mejor calidad del producto, es una carencia latente en la región. Por otro lado, muchas de las piscigranjas no cuentan con infraestructura adecuada y una buena cantidad de los estanques se encuentran a cielo abierto por lo cual, las truchas en crianza son atacadas por muchas enfermedades y animales predadores.

En las entrevistas realizadas en las visitas a la región se dio a conocer que la salud de los peces criados en piscigranjas está directamente relacionada con la nutrición de los mismos. Esta nutrición debe basarse en el empleo de alimentos balanceados que deben ser adquiridos de los principales proveedores nacionales, pero que resultan de difícil acceso para el truchicultor de la región por lo elevado de su costo.

En reemplazo de este tipo de alimentación que puede garantizar una mayor rentabilidad en el negocio, el productor prepara los alimentos de manera artesanal, con poca o escasa asesoría técnica, proporcionando a sus animales un producto de baja calidad. Esto conlleva a una extensión en los periodos de crianza, incrementando los costos de producción, además de obtener resultados negativos en cuanto al peso y talla del producto obtenido, con estándares por debajo de lo exigido por el mercado nacional e internacional.

Adicionalmente, la mayoría de los productores tienen escasa formación empresarial y no manejan estructuras de costos de producción, lo que repercute en su rentabilidad.

Al igual que en muchas actividades de la región, la informalidad se encuentra presente en este sector productivo. Se cuenta con un registro parcial de las empresas dedicadas a la crianza de truchas con fines comerciales y de subsistencia (de mayor número). Sin embargo, muchas de las existentes en la región, especialmente las pequeñas unidades productivas no se encuentran registradas.

Esta informalidad, así como otras condiciones, repercuten en una limitada capacidad financiera del productor. En este sentido, muchos productores no cuentan con los recursos para ampliar las piscigranjas existentes, aumentar su producción e integrarse a la cadena regional con miras a la exportación del producto de manera indirecta. En muchos casos la capacidad instalada en la mayoría de las piscigranjas es subutilizada. Si se dieran las condiciones

tendrían la capacidad de reactivarse o ampliarse para obtener un mayor volumen de producción.

El 95% de los productores de truchas en la región son considerados de subsistencia (producción hasta 2 TM/año). Como es de entender, muchos no cuentan con conocimientos ni acceden a información sobre los mercados internacionales y sus exigencias, razón por lo cual les resulta muy difícil entender las condiciones que el mercado requiere del producto para satisfacer su demanda.

Asimismo estos productores consideran que el mercado doméstico nacional es el único hacia el cual pueden dirigir su producción. La mayoría de los productores en la región desconocen los canales de comercialización generales, tanto dentro como fuera del país, lo que no los estimula a incrementar los niveles de su producción.

Por último es necesario mencionar que no hay suficientes vías de acceso a las zonas de producción, y aquellas existentes están en malas condiciones

b) Estrategia, estructura y rivalidad³

El bajo nivel de capacitación de los productores de truchas de la región no les ha permitido conformar una estructura empresarial competitiva, lo que se refleja en las condiciones de funcionamiento de la mayoría de las piscigranjas existentes que son básicamente, artesanales y dedicadas al autoabastecimiento del propietario y de su familia.

La actividad de los productores de truchas de la región podría mejorar considerando la consolidación de la producción actual. La integración en cualquiera de las formas asociativas existentes de acuerdo con la realidad regional, es un asunto de vital importancia que los truchicultores están tomando en cuenta.

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.

Adicionalmente, las empresas en Pasco podrían verse beneficiadas si mejoran sus canales de comercialización, adoptando medidas a favor de las buenas prácticas del manejo de este recurso para obtener una mejor calidad: tamaño homogéneo de los pescados, óptimo color y consistencia de la carne, fresca, entre otros.

En el mercado regional, la comercialización de esta especie se realiza por medio de intermediarios quienes realizan la compra de este producto en los criaderos para su posterior venta a los mercados. En algunos casos el productor vende directamente a los mercados o restaurantes de la región que se encuentran cercanos a su centro de producción.

c) Condiciones de la demanda⁴

La producción de truchas satisface en gran medida a la demanda local, pero no se alcanza para abastecer el total de la demanda nacional ni externa. La demanda local por la trucha se incrementa durante las celebraciones de carácter religioso, feriados prolongados, fiestas cívicas y otras de carácter cultural o social. Esto muestra una interesante relación entre el turismo y la demanda por truchas en el mercado local.

Según la Dirección Regional de Pesquería, la mayoría de las empresas de la región orientan su producción hacia el mercado nacional, no existiendo ninguna empresa que realice exportaciones directas que satisfaga las exigencias de los mercados internacionales. Los productos con mayor demanda son la trucha deshuesada con corte mariposa para el mercado nacional.

Comparativamente entre los departamentos de Huancavelica, Pasco y Junín, los dos primeros se dedican a la producción local; mientras que Junín es el único en producir para el mercado nacional y externo, abasteciéndose de la producción de las otras dos regiones.

⁴ 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.

La población, en general, no es muy exigente al momento de adquirir truchas en el mercado. La actividad comercial de las pequeñas piscigranjas en toda la región, con la informalidad que las caracteriza, no ha sido de provecho para que el mercado sea consciente de las formas y calidad en la que deben adquirir el pescado. Con un mercado poco exigente, las empresas dejan de lado la competitividad, pues no requieren cumplir con las exigencias de los consumidores.

Este sector no sólo debe proyectar su producción al mercado nacional, sino también al mercado externo, ya que este propicia la generación de mejores niveles de rentabilidad y bienestar para la población involucrada en la actividad. Por lo tanto, las perspectivas empresariales tendrán que ser más ambiciosas y mirar más allá del ámbito nacional, para lo cual, deberán darle un mayor valor agregado y alcanzar niveles competitivos.

Otro punto importante es la tendencia de los consumidores por el cuidado de la salud, principalmente en el mercado norteamericano y europeo, mercados que disfrutan de los alimentos saludables (sushi, pescados ahumados, exquisiteces). Tanto así que el consumo per cápita se incrementó de 15kg a 17kg en los últimos años.

En comparación con Chile, la trucha peruana de exportación es la trucha Arco Iris (especie más pequeña que sólo crece en ríos); mientras que la chilena es trucha oceánica, más grande y destinada principalmente al mercado japonés.

Las exportaciones peruanas de truchas en sus diferentes presentaciones, incluyendo las cifras estadísticas de los filetes de pescados frescos o refrigerados y los filetes de pescado congelado, en las cuales están incluidas las exportaciones de esta especie, han mostrado un crecimiento constante en los últimos años. En el 2003 y 2004 se registró un crecimiento de 53% de las exportaciones de este grupo de partidas respecto del año anterior.

Evolución de las exportaciones peruanas de Pescados					
	2000	2001	2002	2003	2004
Trucha fresca o refrigerada	173,232	176,742	171,083	214,140	187,735
Trucha congelada	167,841	462,777	663,778	683,610	798,615
Filete de pescado fresco o refrigerado	69,708	180,167	484,841	680,422	1,946,055
Filete de pescado congelado			10,526,439	16,585,883	24,884,981
Total	410,780	819,686	11,846,141	18,164,055	27,817,386

Fuente: Aduanas

Elaboración: Malaga-Webb & Asociados

A nivel nacional, Piscifactoría de los Andes S.A. es el líder indiscutible de las exportaciones de truchas en todas sus presentaciones.

Principales empresas exportadoras de pescados de la región Junin		
	2003	2004
	US \$	US \$
Piscifactorias Los Andes S.A	1,545,337	1,788,526
Corp. Refrigerados INY SA	34,130	-
Total	1,579,467	1,788,526

Fuente: Aduanas

Elaboración: Malaga - Webb & Asociados

c.1) Truchas frescas o refrigeradas:

Como se ha mencionado anteriormente, las exportaciones nacionales de trucha fresca o refrigerada, corresponden íntegramente a las operaciones efectuadas por Piscifactoría de los Andes S.A., ubicada en la región Junín empresa que es abastecida por varios proveedores nacionales como la piscigranja de la Municipalidad de Lircay y Acoria, en Huancavelica y California's Garden en Oxapamapa, siendo Estados Unidos su principal mercado.

Exportaciones Peruanas - Truchas Frescas o Refrigeradas Sub Partida Nacional 0302.11.00.00					
País	2000 FOB US\$	2001 FOB US\$	2002 FOB US\$	2003 FOB US\$	2004 FOB US\$
Estados Unidos	173,232	176,742	171,083	214,141	189,357
Total	173,232	176,742	171,083	214,141	189,357

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

Las exportaciones de truchas frescas o refrigeradas en los últimos años han mostrado algunas variaciones. El crecimiento promedio de exportaciones al 2004 bordea el 2.2%, tomando como base lo exportado en el año 2000; no obstante en el 2004 se registró una caída de 11.6% respecto del año anterior. Se proyecta una mayor demanda de truchas debido al potencial aumento y a las tendencias de los consumidores americanos deseosos de productos saludables y frescos.

A nivel internacional, las importaciones de truchas frescas o refrigeradas en el 2003 crecieron en un 49% respecto del año anterior; cifra por encima del crecimiento promedio (23%) registrado entre 1999 y 2003. Este aumento obedeció básicamente a las preferencias del público consumidor por la carne de pescado, por su alto valor proteico y el bajo nivel en grasas saturadas, a diferencia de las carnes rojas.

Importaciones mundiales Lista de los países importadores Producto : 030211 truchas frescas o refrigeradas				
Países Importadores	Total importado en 2003, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 1999-2003, %	Crecimiento anual en valor entre 2002- 2003, %	Participación en las importaciones mundiales, %
Finlandia	24,504	101	136	24.96
Alemania	11,286	-2	-8	11.50
Suecia	10,730	79	97	10.93
USA	7,113	6	24	7.25
Federación Rusia	6,606	188	219	6.73
Otros	37,935			38.64
Estimación Mundo	98,174	23	49	100

Fuente: COMTRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Los registros estadísticos mundiales, muestran que Finlandia fue el principal importador a nivel internacional durante el 2003, con un crecimiento constante en sus importaciones entre el 1999 y el 2003 representando un excelente mercado para los países productores de truchas frescas o refrigeradas. En efecto, en el 2003, este país congregó cerca del 25% de las importaciones mundiales.

El segundo mercado de importancia a nivel mundial fue Alemania. Durante el periodo estudiado, si bien sus importaciones disminuyeron en 8% entre el 2002 y el 2003, adquirieron el 11% de las compras mundiales de esta presentación de las truchas.

Suecia fue también, uno de los más importantes mercados a nivel internacional. Este país fue el tercer importador, abarcando 10% de las importaciones a nivel mundial, casi duplicando sus compras entre el 2002 y el 2003, manteniendo un crecimiento constante de 79% anual en los últimos cuatro años analizados.

Respecto de las exportaciones mundiales de truchas frescas o refrigeradas, éstas alcanzaron en el 2003 cifras cercanas a los US\$ 114 millones. Esto significó un crecimiento de 30% respecto del 2002, crecimiento superior al promedio de 15% que se registró entre 2003 y 1999.

Exportaciones mundiales Lista de los países exportadores Producto : 030211 truchas frescas o refrigeradas				
Países Exportadores	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 export. mundiales, %
Noruega	40,066.00	140	100	35.06
Suecia	17,501.00	74	92	15.32
Dinamarca	16,824.00	-10	27	14.72
Omán	10,084.00	79	-4	8.82
España	5,930.00	27	-22	5.19
Otros	23,867			20.89
Estimación				
Mundo	114,272.00	15	30	100

Fuente: COMTRADE

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

A nivel países, Noruega se posicionó como el primer exportador a nivel mundial, reflejando su competitividad en este tipo de productos y su incontrastable tradición pesquera. En el 2003, sus exportaciones registraron un

incremento de 100% respecto del 2002, cubriendo el 35% de las exportaciones mundiales.

Suecia, por su parte, exportó el 15% de las exportaciones mundiales del 2003, representando un incremento de 92% comparado con el 2002.

En tercer lugar se ubica Dinamarca que exportó durante el 2003 cerca de US\$ 17 millones, demostrando un crecimiento de 27% en lo que respecta al período 2002 – 2003, cifra bastante favorable si se considera la tasa de decrecimiento de 10% para el período 1999 y 2003.

c.2) Truchas congeladas:

La trucha congelada es la de mayor comercialización. En general, el tiempo de consumo de productos congelados es más largo lo que facilita el transporte del mismo a los países de destino.

En términos generales, las exportaciones nacionales de truchas congeladas muestran una clara tendencia de crecimiento, aunque la única empresa exportadora es Piscifactoría de los Andes S.A. En los 3 últimos años (2002 al 2004) las exportaciones se han incrementado en 9.7% en promedio, habiendo exportado en el año 2004 un total de US\$ 798.6 miles, de acuerdo con los registros existentes.

Truchas congeladas, excepto hígados, huevas y lechas Sub partida nacional 0303.21.00.00 Exportaciones por país de destino						
País	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
NORUEGA	513,968	77%	322,041	47%	466,182	58%
ALEMANIA	52,800	8%	361,194	53%	214,326	27%
SUECIA	95,881	14%	0	0%	111,776	14%
ESTADOS UNIDOS	999	0%	225	0%	6,255	1%
BELGICA	130	0%	150	0%	63	0%
FRANCIA	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	663,778	100%	683,610	100%	798,614	100%

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

Exportaciones por empresa exportadora
Sub partida nacional 0303.21.00.00
Truchas congeladas, excepto hígados, huevas y lechas

Empresa	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
PISCIFACTORIAS DE LOS ANDES S.A	663,648	99.98%	683,385	99.97%	798,011	99.92%
KERU-FISH E.I.R.L.	0	0.00%	0	0.00%	585	0.07%
COMISION PARA LA PROMOCION DE EXP.	130	0.02%	225	0.03%	20	0.00%
INVERSIONES PERU PACIFICO S.A	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
INVERSIONES KENTRON S.A.C	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
TOTAL	663,778	100 %	683,610	100 %	798,616	100 %

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

Los principales destinos de nuestras exportaciones durante ese año, fueron Noruega (58%), Alemania (27%) y Suecia (14%), entre otros.

Las importaciones mundiales de este producto llegaron a US\$ 349 millones en el 2003, registrando un crecimiento de 9% con relación al año anterior, aunque con una tasa promedio de crecimiento negativa entre 1999 y 2003 (-2%).

Importaciones mundiales
Producto : 030321 truchas congeladas, excluidos los filetes, hígados, huevas y lechas.

País Importador	Total importado en 2003, en miles de US\$	Crecimiento anual en valor entre 1999-2003, %	Crecimiento anual en valor entre 2002-2003, %	Participación en las importaciones mundiales, %
Japón	231,063	-8	8	66.06
Federación Rusa	25,954	181	40	7.42
Tailandia	25,156	196		7.19
Alemania	19,820	11	-5	5.67
Taiwán	9,570	60	16	2.74
Otros países	38,212			10.92
Total	349,775	-2	9	100.00

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

A nivel de países, el principal importador fue Japón, que abarcó el 66.1% de las compras, con más de US\$ 231 millones. Lo siguen en importancia la Federación Rusa y Tailandia con 7.4% y 7.2% de las importaciones mundiales respectivamente.

La participación de Taiwán en las operaciones de importación de estos productos ha sido muy importante, habiendo crecido 60% en promedio entre 1999 y el 2003.

Por su parte, las exportaciones mundiales del 2003 alcanzaron cifras que superaron los US\$ 346 millones, mostrando un incremento de 7% comparadas con el año 2002; pero si se considera el periodo entre 1999 y 2003, éstas decrecieron 1% en promedio.

Al 2003, los principales países exportadores fueron Chile y Noruega, registrando cifras muy similares en términos de valor de venta (US\$ 132.8 millones y US\$ 131.9 millones), representando el 38.3% y 38.0% de las exportaciones mundiales, respectivamente.

Exportaciones Mundiales				
Producto : 030321 truchas congeladas, excluidos los filetes, higados, huevas y lechas.				
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, %
Chile	132,752	-2	37	38.29
Noruega	131,883	0	-10	38.04
Islas Feroe	23,643		54	6.82
Dinamarca	22,003	-10	6	6.35
España	13,082	6	5	3.77
Otros Países	23,369			6.74
Total	346,732	-1	7	100

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

c.3) Filetes de pescado fresco

Las exportaciones peruanas de filetes de pescado frescos durante el 2004 estuvo cerca de los US\$ 2 millones, siendo España el principal comprador, seguido de los Estados Unidos.

POP's - Pasco

Exportaciones por país de destino Sub partida nacional 0304.10.00.00 Filetes y demás carnes de pescado, frescos o refrigerados						
País	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
ESPAÑA	378,823	78%	519,722	76%	1,209,596	62%
ESTADOS UNIDOS	52,422	11%	154,333	23%	736,252	38%
REINO UNIDO		0%		0%	80	0%
CHILE		0%		0%	78	0%
FRANCIA		0%	6,190	1%		0%
ITALIA		0%	88	0%		0%
GUADALUPE	53,583	11%		0%		0%
ALEMANIA	11	0%		0%		0%
CANADA	2	0%		0%		0%
BOLIVIA		0%	34	0%	49	0%
OTROS		0%	55	0%		0%
TOTAL	484,841	100%	680,422	100%	1,946,055	100%

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

A nivel empresas, Conservas y Derivados San Andrés S.A.C. registra el mayor valor en exportaciones de estos productos, con casi 60% de la participación en el mercado exportador peruano de filetes de pescado fresco. En el caso de Piscifactoría de los Andes S.A. se registra una fuerte caída para el 2004, pasando de US\$ 71 mil a US\$ 19 mil.

Exportaciones por empresa exportadora Sub partida nacional 0304.10.00.00 Filetes y demás carnes de pescado, frescos o refrigerados						
Empresa	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
CONSERVAS Y DERIVADOS SAN ANDRES S.A.C.	378,813	78.13%	449,509	66.06%	1,159,380	59.58%
AMERICAN QUALITY AQUACULTURE S.A.	0	0.00%	0	0.00%	711,888	36.58%
GAM CORP S.A.	0	0.00%	0	0.00%	50,216	2.58%
PISCIFACTORIAS DE LOS ANDES S.A	50,154	10.34%	71,568	10.52%	19,299	0.99%
PESCA PLENICIA S.R.L.	0	0.00%	0	0.00%	1,512	0.08%
TEKNOFISH S.A.C.	0	0.00%	61,828	9.09%	1,420	0.07%
FISH CORP S.A.	0	0.00%	1,859	0.27%	1,138	0.06%
PESQUERA AMADEUS S.A.C.	0	0.00%	0	0.00%	799	0.04%
OPERACIONES PESQUERAS LUCIDOR S.A.C.	998	0.21%	2,474	0.36%	195	0.01%
FISHTEK S.A.C.	0	0.00%	2,357	0.35%	0	0.00%
ALIMENTOS PROCESADOS FRESCOS Y CONGELADOS S.A.C.	30,700	6.33%	0	0.00%	0	0.00%
CAMAL FRIGORIFICO JOSE OLAYA S.A.C.	22,883	4.72%	0	0.00%	0	0.00%
AGROPECUARIA ESMERALDA S.A.	1,270	0.26%	0	0.00%	0	0.00%
PRISCO S.A.C.	0	0.00%	70,200	10.32%	0	0.00%
INTERFISH S.A.C.	0	0.00%	11,609	1.71%	0	0.00%
SEAGRO TRADING CO. INC. S.A.C.	0	0.00%	6,108	0.90%	0	0.00%
SERVICIOS HIDROBIOLOGICOS MULTIPLES SAC	0	0.00%	2,125	0.31%	0	0.00%
OTROS	0	0.00%	786	0.12%	128	0.01%
TOTAL	484,841	100%	680,423	100%	1,946,055	100%

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

Por su parte, las operaciones de importación de filetes de pescado fresco a nivel mundial durante el 2003 crecieron en 19%. Estados Unidos fue el principal importador de filetes de pescado fresco en el 2003 (US\$ 926.1 millones), incrementando el valor exportado en 14.7% respecto del 2002 y representando el 42.1% del mercado mundial. Lo siguen en importancia Francia, Alemania, Bélgica, Holanda e Italia.

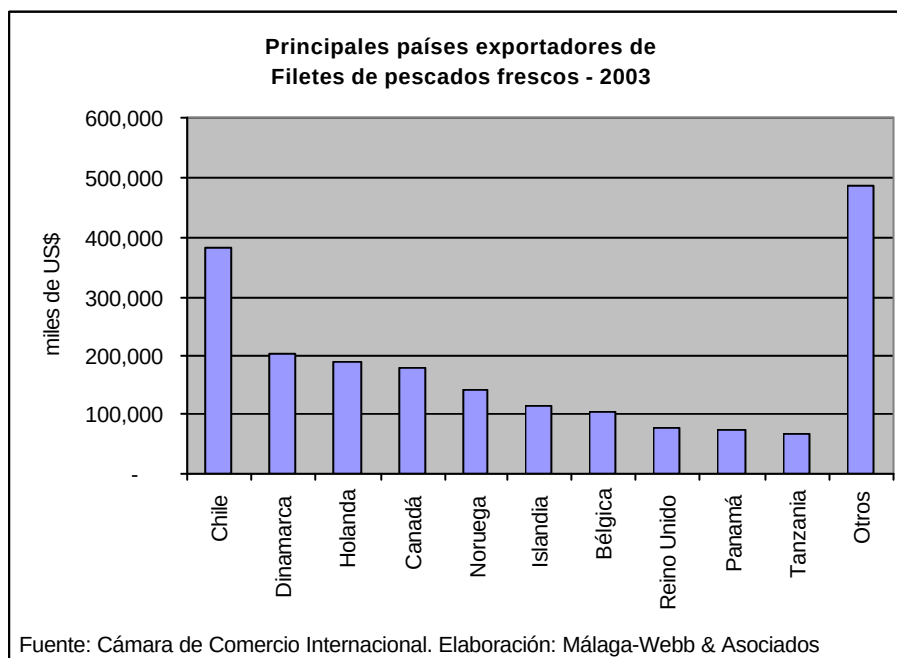
**Principales países importadores de filetes de pescados frescos
(en miles de US\$)**

País Importador	2000	2001	2002	2003	Crec 03-02
EEUU	690,402	749,888	807,765	926,114	14.7%
Francia	122,474	124,150	132,844	179,058	34.8%
Alemania	122,838	161,105	144,856	166,839	15.2%
Bélgica	137,860	106,695	156,338	163,627	4.7%
Holanda	53,329	62,327	81,034	131,939	62.8%
Italia	76,650	87,665	104,215	127,851	22.7%
Reino Unido	72,548	77,730	68,323	89,723	31.3%
Suecia	31,556	34,956	49,000	72,626	48.2%
Suiza	53,065	55,689	56,631	61,966	9.4%
España	49,528	60,059	59,179	61,076	3.2%
Otros	180,832	197,396	187,330	216,923	15.8%
Total	1,591,082	1,717,660	1,847,515	2,197,742	19.0%

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados. P.A.: 030410.

Las exportaciones mundiales también se incrementaron (15%) entre el 2002 y el 2003. El principal exportador de filetes de pescado fresco fue Chile, con cerca del 18% del mercado; mientras que Dinamarca representó el 10% y Holanda exportó cerca de US\$ 190 millones.



c.4) Filetes de pescado congelado

Las exportaciones nacionales de filetes de pescado congelado superaron los US\$ 24.9 millones en el año 2004, mostrando un crecimiento del 50% con relación al 2003. Cabe resaltar que las cifras de exportación incluyen la totalidad de filetes por especie exportada, incluyendo los filetes de merluza, caballa, lenguado, salmones y demás salmónidos, atunes blancos e inclusive los de trucha.

Estados Unidos ha sido nuestro principal demandante de este tipo de productos, con el 44.3% de nuestros embarques, duplicando sus importaciones con relación a las cifras del año anterior (US\$ 5.3 millones). Lo siguen en importancia La República de Corea del Sur y Japón, a pesar de que en el 2004 el primero registró una caída de 9.9% mientras que Japón creció en 67%.

Exportaciones por país de destino Sub partida nacional 0304.20.90.00 Los demás filetes de pescado congelados						
País	Año 2002		Año 2003		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
ESTADOS UNIDOS	1,068,164	10.06	5,327,126	32.12	11,031,383	44.33
COREA (SUR), REPUBLICA DE	3,451,848	32.50	5,157,503	31.1	4,647,626	18.68
JAPON	2,711,620	25.53	2,575,902	15.53	4,313,417	17.33
CHINA	1,481,194	13.95	4	0	664,953	2.67
FRANCIA	167,692	1.58	144,540	0.87	630,469	2.53
ECUADOR	0	0.00	300,401	1.81	620,199	2.49
ESPAÑA	639,770	6.02	677,089	4.08	587,695	2.36
CANADA	447,412	4.21	528,355	3.19	365,773	1.47
GUADALUPE	79,818	0.75	185,013	1.12	304,687	1.22
COSTA RICA	0	0.00	539,978	3.26	263,317	1.06
OTROS	574,081	5.40	1,149,972	6.92	1,455,462	5.85
TOTAL	10,621,599	100.00	16,585,883	100.00	24,884,981	100.00

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Entre las principales empresas exportadoras de filetes de pescado congelados se puede mencionar a Sakana del Perú S.A., la cual ocupó el primer lugar de las exportaciones con una participación de 15.6% y un valor exportado cercano a los US\$ 3.9 millones. El segundo lugar lo ocupó la empresa Armadores y Congeladores del Pacífico, con más de US\$ 2.5 millones de producto exportado y una participación del 10.4%. Daewon Susan E.I.R.L., fue el tercer exportador más importante en nuestro país, con 9.2% de participación en las exportaciones. Como se puede apreciar, Piscifactoría de los Andes S.A.,

aparece en las estadísticas en el puesto No. 10, lo cual puede explicarse debido a la falta de oferta y una mayor penetración en mercados.

Exportaciones por empresa exportadora Sub partida nacional 0304.20.90.00 Los demás filetes de pescado congelados				
Empresa	Año 2004		Año 2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%
SAKANA DEL PERU S.A	2,664,402	16.06	3,884,457	15.61
ARMADORES Y CONGELADORES DEL PACIFICO S.A.	126,594	0.76	2,579,084	10.36
DAEWON SUSAN E.I.R.L.	1,359,667	8.20	2,282,979	9.17
GONDI - PERU S.A.C.	812,872	4.90	1,808,268	7.27
CORPORACION REFRIGERADOS INY SA	661,431	3.99	1,674,489	6.73
PEZMUNDO INTERNACIONAL CORPORACION S.A	674,642	4.07	1,174,593	4.72
CORP DE INGENIERIA DE REFRIGERACION SRL	455,431	2.75	1,042,548	4.19
SEAFROST S.A.C.	500,732	3.02	907,719	3.65
PERUPEZ S.A.C.	1,165,126	7.02	826,561	3.32
PISCIFACTORIAS DE LOS ANDES S.A	706,834	4.26	794,454	3.19
OTROS	7,458,152	44.97	7,909,829	31.79
TOTAL	16,585,883	100.00	24,884,981	100.00

Fuente: ADEXDATATRADE
Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Las importaciones mundiales de filetes de pescado congelado, ascendieron a US\$ 6.3 millones, siendo Estados Unidos el principal importador. Ese año las importaciones crecieron en 12% con relación al año 2002, mostrando un crecimiento promedio anual de 7% para el período 1999 – 2003. Lo siguen en importancia Japón (US\$ 863.5 miles) y Alemania (US\$ 806.5 miles).

Principales países importadores de Filetes de pescados congelados (en miles de US\$)					
Importadores	2000	2001	2002	2003	Crec 03-02
EEUU	1,303,762	1,172,023	1,326,871	1,400,714	5.6%
Japón	697,196	731,138	835,628	863,513	3.3%
Alemania	563,027	726,258	723,515	806,504	11.5%
Reino Unido	520,975	527,921	546,411	588,295	7.7%
Francia	377,765	414,182	404,606	490,391	21.2%
España	157,538	249,070	225,106	314,418	39.7%
Italia	163,950	182,030	187,368	213,910	14.2%
Bélgica	87,009	106,885	111,081	143,346	29.0%
Suecia	84,106	96,198	111,162	141,145	27.0%
Australia	108,360	99,420	115,420	134,625	16.6%
Otros	949,725	1,106,288	1,069,430	1,250,853	17.0%
Total	5,013,413	5,411,413	5,656,598	6,347,714	12.2%

Fuente: Cámara de Comercio Internacional
Elaboración: Málaga-Webb & Asociados. P.A.: 030420.

Las exportaciones de estos productos en el mundo, llegaron a US\$ 5.5 millones, siendo China el principal proveedor. Comparando las cifras de los

años 2002 y 2003, en el último año las exportaciones se incrementaron en 11%.

Principales países exportadores de filetes de pescados congelados (en miles de US\$)					
Exportadores	2000	2001	2002	2003	Crec 03-02
China	609,761	740,953	867,129	1,107,798	27.8%
Noruega	502,357	479,435	439,466	432,850	-1.5%
Islandia	353,137	355,731	395,119	406,118	2.8%
Chile	253,848	318,568	284,166	320,585	12.8%
Alemania	193,260	211,070	209,355	241,997	15.6%
Dinamarca	189,641	192,254	205,709	235,005	14.2%
EEUU	90,627	236,413	225,824	204,715	-9.3%
Holanda	161,897	150,618	148,952	204,348	37.2%
Argentina	165,409	173,805	183,698	195,510	6.4%
Viet Nam	85,175	109,766	155,301	174,368	12.3%
Otros	1,607,107	1,811,266	1,836,704	1,959,126	6.7%
Total	4,212,219	4,779,879	4,951,423	5,482,420	10.7%

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados. P.A.: 030420.

Después de China, los principales exportadores de filetes de pescado congelado son Noruega e Islandia. Vale resaltar la participación de Chile en este mercado, ocupando el tercer lugar en las estadísticas mundiales de exportación, con 8% de participación y un total exportado en el año 2003 de US\$ 320.6 millones.

Exportaciones mundiales Lista de los países exportadores Producto : 030420 filetes pescado congelado				
Países Exportadores	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, %
China	1,107,798	140	100	20.21
Noruega	432,850	74	92	7.90
Islandia	406,118	-10	27	7.41
Chile	320,585	79	-4	5.85
Alemania	241,997	27	-22	4.41
Otros	2,973,072			54.23
Total	5,482,420	6	11	100

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

d) Industrias relacionadas y de apoyo⁵

Es rescatable mencionar que Piscifactoría de los Andes S.A. ha firmado contrato con productores de la región Junín y además, mantiene un contrato con la empresa California's Garden S.A, ubicada en Oxapampa, quienes proveen de materia prima y se han visto beneficiadas con la transferencia de tecnología y conocimientos para el desarrollo de esta actividad.

El gasto de alimentación de la trucha se acerca al 50% del costo de la misma puesto a la venta. En este sentido, con el fin de reducir los costos de operación la mayoría de los pequeños productores no alimentan correctamente a dicha especie, lo que ocasiona grandes deficiencias en cuanto a calidad del producto. Es por ello, que Piscifactoría de los Andes ha negociado con la empresa Alicorp para que los provea con alimento balanceado con una composición especial, tanto de nutrientes como pigmentos para la obtención del color salmónido de la carne. Esto ha beneficiado también a los demás productores que ahora pueden también obtener el mismo producto, mejorando sustancialmente la calidad del producto final entregado.

La mayoría de los insumos –como cajas, bolsas, entre otros- empleados en la crianza y producción de truchas son atendidos desde Lima. Sin embarco consideramos que proveedores de la región podrían abastecer con otros bienes y servicios a los productores como lo son las herramientas, guantes y otros accesorios.

Las ovas fertilizadas, cuya crianza será destinada a la producción para exportación, son importadas desde los Estados Unidos, habiendo desarrollado algunos canales de comercialización que benefician a los pequeños productores que han decidido realizar inversiones competitivas en este sector en la búsqueda de mayor rentabilidad en el negocio.

⁵ 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.

La falta de servicios adecuados de transporte, hacia los mercados en la región, es uno de los impedimentos para el óptimo desarrollo de esta actividad. Asimismo la falta de institutos que puedan capacitar a los productores dedicados a la actividad truchícola es una realidad que debe ser observada por las autoridades correspondientes. Una mayor presencia de especialistas en la materia, apoyaría de manera efectiva al desarrollo competitivo de esta actividad en la región.

e) Gobierno y casualidad⁶

Es evidente el interés que tiene el Gobierno Regional de Pasco por el desarrollo de la actividad piscícola de la región. Sin embargo, aún falta promover un mayor apoyo tecnológico por parte del Gobierno Nacional en particular del Ministerio de la Producción para que esta actividad sea competitiva.

El Estado no desarrolla actividades para el aprovechamiento racional y ordenado de los recursos que pueden ser de utilidad para impulsar el desarrollo truchícola de la región. Lamentablemente, podemos decir que su gestión básicamente cumple una actividad fiscalizadora y recaudadora, sin convertirse en un apoyo al productor.

A fin de conseguir un mayor desarrollo de esta actividad el Estado debe mantener alguna institución científica ligada a la investigación, dedicándose a examinar y brindar soluciones a los problemas que pueda presentar la crianza de esta especie, como pueden ser los problemas vinculados a la crianza misma, las enfermedades, la nutrición, la calidad del agua y la contaminación entre otras medidas a favor de esta actividad. Además, resulta muy importante el apoyo en investigación sobre nuevas variedades genéticas resistentes a las enfermedades comunes de la especie, que puedan tener un rápido desarrollo

⁶ 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".

para su industrialización y/o comercialización, así como la adaptación al ámbito nacional y regional de estudios realizados en otras realidades

Un mayor apoyo técnico y comercial a los pequeños productores de la región, así como un incremento de la participación de este sector promoviendo la formalización y asociatividad entre los mismos será de mucha utilidad para conseguir una gestión competitiva de estas empresas.

Adicionalmente, el Estado debe apoyar al desarrollo de tecnología sofisticada aplicable a la actividad truchícola nacional y regional. Dado que esta requiere de la inversión privada, esta tecnología puede ser aportada por inversionistas, con capacidad financiera acorde con las exigencias del mercado internacional y que de manera directa se ofrezca una mayor participación de las fuentes de financiamiento tanto nacionales como extranjeras. Por esta razón, es el Estado el que debe brindar un marco totalmente competitivo, compuesto básicamente de un marco jurídico estable, un aparato burocrático eficiente (facilitador y no obstaculizador) que promueva la inversión.

Por otro lado, la vigencia del ATPDEA, producto de las negociaciones del Gobierno Peruano, y el Sistema General de Preferencias Andino permiten que los derivados de la trucha ingresen al mercado de los Estados Unidos y la Unión Europea sin el pago de derechos arancelarios a la importación.

Como ya se mencionó, la actividad truchícola depende principalmente del recurso hídrico por lo que los niveles de contaminación en la región deben ser estrechamente vigilados y controlados. De lo contrario, se vería perjudicado el desarrollo exportador de este sector. El cual tiene gran potencial para la economía de la región y el país. La supervisión sanitaria por parte de las entidades del gobierno a cargo de esta labor debe ser intensiva, pues un aumento en los niveles de contaminación existentes sería muy perjudicial para esta actividad emergente.

Asimismo, los factores climáticos influyen en la actividad productiva de la trucha. La abundancia de agua depende de las condiciones del clima, así como la temperatura de las aguas. Una variación considerable de las condiciones climatológicas, como puede ser la presencia del Fenómeno del Niño, afecta la productividad de esta actividad.

Se espera que el nivel de la demanda futura ayude a incrementar los niveles de inversión en esta actividad.

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.

2.2. Análisis FODA

Los resultados del análisis FODA fueron obtenidos a través del análisis de competitividad y de la realización del taller de planeamiento estratégico llevado a cabo los días 22, 23 y 24 de junio del 2005 en Oxapampa y validado el día 15 de setiembre por los actores regionales.

Fortalezas
F1. Abundante recurso hídrico.
F2. Producción nacional de alimento balanceado.
F3. Accesibilidad a bienes de capital e insumos.
F4. Acceso a ovas genéticamente mejoradas.
F5. Mano de obra suficiente.
F6. Cercanía a la capital.
F7. Clima favorable para la crianza de trucha.

Debilidades
D1. Existe una única experiencia exportadora con éxito.
D2. Bajo nivel tecnológico de los productores.
D3. Escaso conocimiento del mercado externo.
D4. Informalidad.
D5. Limitada capacidad financiera del productor.
D6. Poco acceso al financiamiento (créditos nulos).
D7. Escaso conocimiento de costos de producción.
D8. Insuficientes y malas vías de acceso a los centros de explotación.
D9. Desconocimiento de la normatividad.

Debilidades
D10. Falta de investigación para elevar la productividad de los centros de producción por parte de las universidades e institutos.

<i>Oportunidades</i>
O1. Creciente demanda mundial de los salmónidos, especialmente la trucha. O2. Ventanas de tiempo. O3. Tratados de libre comercio – ATPDEA y UE. O4. Gran potencial de crecimiento. O5. Creciente demanda por productos hidrobiológicos.

Amenazas
A1. Fenómenos naturales (El Niño). A2. Negativa concentración de la demanda de factores externos. A3. Políticas restrictivas en el mercado internacional. A4. Cambio de reglas de juego por parte del gobierno.

2.3. Visión

“En el 2015 Pasco exporta truchas mediante consorcios con enfoque de excelencia.”

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.

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.

Excelencia

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

Disciplina

Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o auto-impuestas.

Integración

Es la acción que propicia la unificación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso de construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.

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.

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.
Objetivo estratégico 3	Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.

2.6. Matriz del Plan Operativo de la Trucha:

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: Promover la asociatividad de las unidades productoras truchícolas.				
Indicador de logro:		Asociaciones formalizadas.		
Indicador de avance:		Al 2007 se han formalizado tres asociaciones a nivel provincial.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Culminar el catastro e iniciar el diagnóstico de la actividad truchícola en la región.	Conocer la realidad de la actividad truchícola.	- En el primer trimestre del 2006 se tiene un informe final sobre la realidad de la actividad truchícola. - En el 2006 se cuenta con una base de datos del número de unidades de producción.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Municipalidades Asociaciones de productores
T2	Promover la asociatividad entre las distintas unidades productivas.	Crear el interés entre los productores para la asociación.	- En el 2006 se han desarrollado tres talleres para sensibilizar a los productores. - En el 2006 el 60% de los productores están sensibilizados.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> ONG's Asociaciones de productores
T3	Regularizar la situación legal y jurídica de las unidades de producción.	Tener unidades de producción formalizadas.	- En el 2006 se ha formalizado el 40% de las unidades de producción. - En el 2007 se ha formalizado el 70% de las unidades de producción.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Gobierno Regional PETT MINAG Registros Públicos
T4	Formalizar las asociaciones de las unidades productivas.	Crear asociaciones sólidas.	En el 2006 se han conformado tres asociaciones en la región.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Unidades de producción. Gobierno Regional ONG's

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: Lograr la oferta sostenible y exportable de trucha. Implemento de normas técnicas de calidad.				
Indicador de logro:		Generar oferta exportable estandarizada.		
Indicador de avance:		Al 2015 el 100% de las unidades productoras en la Región cuentan con oferta exportable estandarizada.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Sensibilizar en temas de calidad a las empresas de la cadena productiva de la trucha.	Realizar eventos de capacitación miras a lograr productos con estándares de calidad adecuados para el mercado	- En el 2005 se realiza un evento de capacitación por parte de consultoras especializadas. - En el 2006 se realizan cuatro eventos descentralizados en la región. - En el 2007 se realizan cuatro eventos descentralizados en la región.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Gobierno Regional Empresas Consultoras ONG's CERX
T2	Brindar asistencia técnica en temas de producción y gestión en el manejo de la trucha.	Optimizar la producción y gestión de la actividad truchícola.	- En el 2006 el 30% de las asociaciones ha recibido asistencia técnica. - En el 2007 el 30% de las asociaciones implementan y aplican los conocimientos recibidos.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Gobierno Regional Asociaciones de productores ONG's Municipalidades
T3	Aplicación de normas técnicas de crianza de la trucha estandarizando la oferta exportable.	Una norma técnica implementada para Pasco.	- En el 2006 se implementa la norma técnica del proceso. - En el 2008 se aplican la norma técnica a las unidades productivas.	<u>Produce-Dirección Regional de Producción</u> Universidades Sociedad Nacional de Industrias Gobierno Regional

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: Realizar contratos entre las asociaciones y las empresas líderes en exportación de truchas y derivados.				
Indicador de logro:		Cumplimiento del contrato.		
Indicador de avance:		Al 2008 se firman contratos con empresa líder en exportación de truchas a nivel nacional.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Negociar los términos del contrato entre las empresas líderes y las asociaciones.	Consolidar un contrato con las empresas líderes.	A fin del 2008 se firma contrato con la empresa líder.	<u>Asociación de productores</u>
T2	Firma del contrato	Ingresar al mercado con oferta exportable adecuada.	En el 2009 el contrato ya está en ejecución.	<u>Asociación de productores</u>

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2: Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios regionales en los mercados de destino priorizados.				
ACTIVIDAD # 1: Mejorar el conocimiento del mercado internacional.				
Indicador de logro:		Contar con un estudio de mercado de trucha.		
Indicador de avance:		En el 2006 se tienen identificados los principales mercados objetivos para la exportación de trucha.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Elaborar estudio de mercado de trucha.	Tener conocimiento de la demanda potencial.	En el 2008 se cuenta con un estudio de mercado.	PROMPEX Produce MINCETUR Asociación de productores
T2	Crear una base de datos.	Tener fuentes de información.	En el 2008 se cuenta con una base de datos completa de importadores de los principales mercados.	PROMPEX Produce MINCETUR
T3	Priorizar los mercados a atender.	Dirigir esfuerzos de exportación.	En el 2008 se tienen mercados identificados.	<u>PROMPEX</u> Asociación de productores

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3: Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.				
ACTIVIDAD # 1: Capacitar en procesos de crianza, manufactura y comercio basados en valores.				
Indicador de logro:		Productores con conocimientos de exigencias que debe cumplir el producto en los mercados internacionales.		
Indicador de avance:		Dictado de cursos, talleres, seminarios.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Se dicta seminario sobre técnicas modernas de crianza de trucha y preservación del medio ambiente.	Los participantes conocen las técnicas modernas de crianza de trucha.	A fines del 2008 se conocen las técnicas modernas de crianza de trucha.	<u>PRODUCE</u> <u>Gremios Empresariales</u> PROMPEX ADEX Gobierno Regional Instituciones Públicas y Privadas
T2	Se dicta seminario sobre buenas prácticas manufactureras.	Los participantes tienen conocimiento de las buenas prácticas manufactureras.	A fines del 2006 se conocen las buenas prácticas manufactureras.	<u>PRODUCE</u> PROMPEX Gobierno Regional Instituciones Públicas y Privadas DIGESA Gremios Empresariales
T3	Se dicta curso sobre normas y estándares de calidad (HACCP, ISO 14000, entre otros).	Los participantes tienen conocimiento de los estándares de calidad requeridos en el mercado internacional.	A fines del 2008 se conocen las normas y estándares de calidad.	<u>PRODUCE</u> DIGESA Gobierno Regional Gremios Empresariales PROMPEX Instituciones Públicas y Privadas