

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO



PLAN OPERATIVO DEL DURAZNO REGIÓN LIMA PROVINCIAS



ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN**
Ficha Producto Durazno
2. **DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR**
 - 2.1 Situación de la producción
 - 2.2 La cadena actual del Durazno de Lima Provincias
3. **ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DEL DURAZNO**
Diamante de competitividad
FODA
Cadena futura del Durazno de Lima Provincias
4. **PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO**
Objetivos Estratégicos y Estrategias
Matriz de Planificación

Relación de participantes en la elaboración del documento

- Equipo Consultor

Índice de Cuadros y Gráficos.

- | | |
|-----------|---|
| Cuadro 1 | Perú. Producción de Durazno, participación de los principales departamentos productores (en toneladas). |
| Cuadro 2 | Dinámica de las Importaciones de duraznos es sus diferentes presentaciones. Principales países |
| Cuadro 3 | Importaciones de duraznos frescos en países de Latinoamérica. |
| Cuadro 4 | Dinámica de las Exportaciones de duraznos es sus diferentes presentaciones. Principales países. |
| Cuadro 5 | Perú Exportaciones de Durazno en sus diversas presentaciones. |
| Cuadro 6 | Perú. Importaciones de durazno fresco. 2000-2005 |
| Cuadro 7 | Dinámica de los principales mercados de destino de las exportaciones de durazno del Perú. |
| Cuadro 8 | Dinámica de los mercados de algunos países de América. |
| Gráfico 1 | Duraznos y Nectarinas. Producción Mundial. 1995-2004 |
| Gráfico 2 | Evolución de las importaciones de durazno en sus diferentes presentaciones. 2000-2005. |
| Gráfico 3 | Exportaciones mundiales de durazno. 2000-2005 |
| Gráfico 4 | Estacionalidad de las Exportaciones y producción de durazno fresco. En Chile y Perú. |

Siglas Utilizadas en la Matriz del POP

APCI	Agencia Peruana de Cooperación Internacional
BCR	Banco Central de Reservas
CERX	Comité Ejecutivo Regional Exportador
CITES	Centros de Innovación Tecnológica
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
DIGESA	Dirección General de Salud
DIRCETUR	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
DR PRODUCE	Dirección Regional de Producción
DR de Educación	Dirección Regional de Educación
DR Transp. y Com.	Dirección Regional de Transporte y Comunicaciones
FONCODES	Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
INIA	Instituto Nacional de Investigación Agraria
Mesa de Trabajo	Mesa de Trabajo DE Alcachofa Lima Provincias
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
M. RR.EE.	Ministerio de Relaciones Exteriores
MTC	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
ONGs	Organizaciones No Gubernamentales
PRODUCE	Ministerio de la Producción
PROMPERU	Promoción del Perú
PROMPEX	Comisión para la Promoción de Exportaciones
PROMPYME	Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa
RED de CITES	Red de Centros de Innovación Tecnológica
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad Agraria
SENATI	Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial
SUNAT	Superintendencia Nacional de administración Tributaria
SIICEX	Sistema Integral de Información de Comercio Exterior

1. INTRODUCCIÓN

El Durazno es un producto de reciente pero gran desarrollo en Lima Provincias pues ha presentado un rápido crecimiento, alentado principalmente por los productores regionales dadas las favorables características agro climáticas del cultivo en Lima Provincias. Esta actividad se encuentra pues en una etapa de despegue y es de prever que una vez se disponga de un mayor volumen de producción de Durazno fresco, han de instalarse plantas procesadoras en la región.

Con esta perspectiva, es necesario consolidar el proceso de desarrollo que se viene dando, para cuyo efecto es conveniente disponer de una herramienta de gestión, como es el Plan Operativo del Durazno de Lima Provincias (en adelante el POP del Durazno) que a su vez complementa el Plan Estratégico Regional de Exportaciones – PERX de Lima Provincias. El POP define acciones específicas por parte del sector público y privado que están involucrados en el desarrollo de la actividad productiva y exportadora del Durazno.

La formulación del POP del Durazno es el resultado de un proceso participativo en el que intervinieron un conjunto de agentes económicos y técnicos de la región, que concurren en el desarrollo de la competitividad del Durazno en la Región de Lima Provincias. En este proceso ha sido fundamental la participación de los productores en los Talleres realizados en las provincia de Huaral y Huaura, en los que se identificó las potencialidades y limitaciones, se diseñó la cadena actual y la cadena futura, y se definieron las actividades a considerar en la matriz de planificación, cabe destacar la participación de los profesores y alumnos de la Universidad Nacional Faustino Sánchez Carrión - Huacho y la asociación de productores de Durazno que contribuyeron proporcionando información de base.

El presente documento comprende un análisis de la cadena de valor actual y su mercado internacional. Para el análisis de las exportaciones se utilizó la data de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones PrompexStat y SUNAT/ADUANAS. Para el análisis del mercado internacional se recurrió a fuentes del sistema de información estadística comercial de la FAO (FAOSTAT), del Centro de Comercio Internacional y el United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade).

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Lima Provincias como región exportadora del Durazno y, en función a los resultados, definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan tanto el diagnóstico situacional y prospectivo como las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena. Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura del Durazno, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar para alcanzar sus objetivos. De la comparación de la cadena actual y la cadena futura también se infieren estrategias y acciones que permitan pasar de la situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial actual a la que se propone lograr para el año 2016.

DURAZNO – REGIÓN LIMA PROVINCIAS

Nombre Comercial	Melocotón, durazno	
Nombre Científico	<i>Prunus persicae</i>	
Origen de la especie	Árbol frutal caducifolio originario de China, lugar donde todavía hoy se encuentra la mayor diversidad genética.	
Características	Es un árbol arbusto, de frutos generalmente semi-esféricos, con un surco longitudinal bien marcado, de piel lisa o pubescente y un color amarillo, rojizo o púrpura. La pulpa succulenta es blanca, amarilla o rojiza y puede estar adherida o separada de la nuez. Tiene sabor dulce y olor perfumado, variando la intensidad de acuerdo a la variedad.	
Nivel de Desarrollo en Lima Provincias	Nivel IV: con oferta exportable regional y demanda internacional	
Principales zonas de Producción en Lima Provincias	En Lima Provincias se produce principalmente en la cuenca del río Huaura, en las Provincias de Huaura, Oyón y Huaral.	
Producción y rendimiento agrícola en Lima Provincias	En la zona altoandina el durazno se cultiva en pequeñas parcelas de 0.1 a 3 Ha. La producción de durazno en estas zonas es de la variedad huayco, de buen sabor, agradable olor y de un color "atractivo" amarillo intenso. Es una variedad que no tiene tanta perecibilidad como el durazno California y es similar al durazno abridor. Por sus características, grado de dulzura (en promedio 12.3 ° Brix), es calificado apto para la transformación y la obtención de pulpa, néctares, mermelada o fruta seca.	
Productores	Los pequeños productores de durazno de Huacho se encuentran organizados en la Asociación de Productores de Durazno de la cuenca de Huaura "PROMELH", sin embargo la mayoría de productores se organizan de acuerdo a las comunidades campesinas a las que pertenecen.	
Formas de presentación del durazno en Lima Provincias	Oferta Actual: durazno fresco en jabas de 10 kg. Oferta Potencial: Pulpa, néctares, mermelada o fruta seca.	
Usos	Para el consumo humano directo y como ingrediente para la industria de alimentos, bebidas, cosméticos.	
Partidas arancelarias	0809300000 Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas, frescos 0812902000 Duraznos (melocot.) inc. los griñones y nectarinas, conserv. provisional. impropios p`cons.i 2008701000 Duraznos (melocotones), preparado o conservado con alcohol. 2008709000 Los demás duraznos preparados o conservados de otro modo 2008702000 Duraznos en agua con adición de azúcar u otro edulcorante, incluido el jarabe	
Valor nutricional y otros beneficios.	Tiene un bajo aporte de calorías, convirtiéndose en una excelente fruta para dietas de reducción. Contiene vitamina C, vitamina A, carotenoides, potasio, sodio, fósforo y vitamina B niaciana. Además posee un suave efecto laxante y purifica la piel. Una mascarilla de durazno limpia y purifica la piel	
Oferta Actual y Potencial de Amazonas	En la región existen 800 hectáreas sembradas y en producción, para el 2005 la producción regional fue de 24,982 toneladas. La producción por hectárea del durazno en promedio es de 2,400 jabas de 10 kilos.	
Envases de exportación	Jabas de 10 Kg.	
Planta de Procesamiento	No existen plantas de procesamiento en la región por lo que se venden las jabas a los acopiadores en fresco. Existiendo mermas desaprovechadas.	
Principales mercados de exportaciones directas e indirectas	En el caso de las exportaciones directas se ha destinado producción a EE.UU en el 2005 En el caso de las exportaciones indirectas se conoce que se exporta a Ecuador, Bolivia y Colombia.	
Valor de exportaciones	Aunque en los registros de Lima solo figuran exportaciones de duraznos a Estados Unidos por un valor de US\$ 900, Se conoce que la mayor parte de la producción es comprada por mayoristas de Ecuador y Bolivia que viajan hasta los mismos centros de acopio regionales.	

Fuentes: (i) PROMPEX (ii) Gobierno Regional de Lima Provincias, (iii) PROMELH, (iv)

<http://www.paraqueestebien.com/sintomas/nutricion/fruta13.htm>

Elaboración: Consorcio SASE-KIPU, Diciembre 2006

2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR

El durazno se considera originario de China. Con el nombre (*Prunas persicae*) pertenece a la familia de las Rosáceas. Actualmente se cultiva en casi todo el mundo. La producción se concentra en Europa que cuenta con una producción aproximada de 3.8 millones de toneladas (Tm) por año, que representa el 28% de la producción mundial (FAO 2004)

El durazno es un árbol arbusto. Los frutos son generalmente semi-esféricos, con un surco longitudinal bien marcado, de piel lisa o pubescente y un color amarillo, rojizo o púrpura. La pulpa succulenta es blanca, amarilla o rojiza y puede estar adherida o separada de la nuez (“hueso”). Tiene sabor dulce y olor perfumado, variando la intensidad de acuerdo a la variedad.

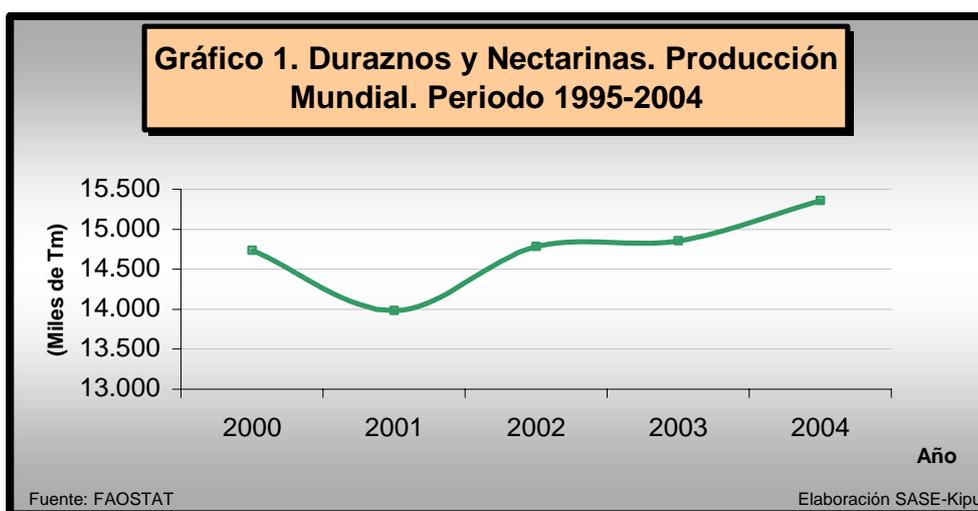
En el mercado se presenta fresco, en pulpa, en conservas y otras preparaciones. Es una fruta catalogada como de alta perecibilidad, por lo que su comercialización en fresco requiere de un manejo adecuado.

2.1 Situación de la Producción

En la producción frutícola mundial de las frutas de carozo, grupo que incluye al durazno, ocupa el sexto lugar en importancia según el volumen de producción, después de los cítricos, bananas y plátanos, manzanas y peras, uvas y frutas tropicales

El melocotonero (*Prunus persica L. Batsch*) es un frutal de zonas templadas, se cultiva entre 30 ° y 45 ° latitud Norte y Sur. Las limitaciones climáticas son sobre todo las temperaturas extremas en zonas frías y las heladas primaverales. También tiene unas exigencias mínimas en frío invernal para la floración y cuajado del fruto.

En el mundo se produce alrededor de 15 millones de toneladas de durazno, la evolución de la producción mundial se ha recuperado después del 2002 y en promedio han crecido a una tasa de 1.4% durante el período 2000-2004 (Gráfico 1)



China es el principal país productor. Produce el 38% de la producción mundial y en el periodo 2000-2004 ha crecido con una tasa de casi el 12%.

La otra tercera parte de la producción mundial se encuentra en los países mediterráneos, que conjuntamente producen el 30% de la producción mundial. Destacan Italia, España, Grecia y Francia, aunque en la mayoría de estos países la producción ha evolucionado fluctuantemente con tendencia a la disminución. Estados Unidos produce el 9% de la producción mundial y en el período 2000-2005 la producción se ha estancado.

En el Período 2000-2005 entre los países que crecen en la producción de durazno, destacan los siguientes: Egipto (11%), México (9%), Sudáfrica (5.6%), Argentina (5.3%), Brasil (5.1) y Chile (4.1)

El Perú figura entre los países productores de durazno con 0.2% de la producción mundial y las estadísticas señalan que su producción no ha crecido durante el período 2000-2004.

Los mayores productores de durazno, como los europeos se encuentran permanentemente en la búsqueda de variedades precoces y ultra-precoces que mejoren la calidad organoléptica y el calibre, para superar las deficiencias de las variedades actualmente disponibles.

Así mismo los países en desarrollo que producen durazno se encuentran desarrollando variedades tempranas y tardías, respondiendo al aumento de la demanda de durazno para conserva y pulpa.

Producción nacional y regional.

El Perú es reconocido mundialmente porque posee múltiples ecosistemas, con características propias de climas y suelos y una gran biodiversidad de flora y fauna, lo cual permite explotar de mejor forma los diferentes cultivos. Estas características, permiten producciones durante todo el año, que le da capacidad de abastecer en contra-estación a los principales mercados mundiales. Estas ventajas permiten la presencia de una amplia variedad de cultivos.

En el Perú se cosechan anualmente alrededor de 250 mil Ha. de frutales. Las frutas tropicales y los cítricos son los más importantes en términos de área cosechada, que en conjunto cubren unas 222 mil hectáreas.

El durazno (melocotonero) ocupa alrededor de 4,500 Ha. En el año 2005 la producción total llegó a 35,650 toneladas de durazno fresco siendo el departamento de Lima el mayor productor de esta fruta (ver cuadro 1). En el 2005 produjo el 70% de la producción nacional. La producción se concentra en los meses de febrero y marzo. Ancash es otro

Cuadro 1. Perú. Producción de Durazno, participación de los principales departamentos productores (en toneladas)				
	2003	2004	2005	%
Perú.	37,367	35,733	35,647	100
Lima	28,628	26,568	24,982	70
Ancash	3,159	3,494	4,606	13
Otros	5,580	5,671	6,059	17

Fuente: MINAG
Elaborado por SASE-KIPU

departamento importante en la producción de durazno, esta representa el 13% del total nacional y su producción se distribuye a lo largo de todo el año incrementándose ligeramente en los meses de agosto y setiembre.

En el departamento de Lima se produce principalmente en la cuenca del río Huaura, en las Provincias de Huaura, Oyón y Huaral. En la zona altoandina el durazno se cultiva en pequeñas parcelas de 0.1 a 3 Ha donde el cultivo ha tenido un buen desarrollo, razón por la cual se han incrementado las plantaciones. La producción por hectárea del Durazno en promedio es de 2,400 jabas de 10 kilos.

La producción de durazno en estas zonas es de la variedad huayco, de buen sabor, agradable olor y de un color “atractivo” amarillo intenso. Es una variedad que no tiene tanta perecibilidad como el durazno California y es similar al durazno abridor. Por sus características, grado de dulzura (en promedio 12.3 ° Brix), es calificado apto para la transformación y la obtención de pulpa, néctares, mermelada o fruta seca.

2.2 Situación de la gestión empresarial en Lima Provincias

En la región y principalmente en las zonas altoandinas de Huaura, la actividad socioeconómica gira en torno a la actividad agrícola que concentra a un 95% de la población campesina. En los últimos años la fruticultura con el cultivo del durazno viene dando grandes beneficios económicos a las familias campesinas por la demanda encontrada, ello ha llevado a reemplazar los cultivos tradicionales que se sembraban para el autoconsumo y en menor cantidad para la comercialización, haciéndolos más competitivos con su nueva producción, que es complementada con la ganadería comercio, servicios y la artesanía en menor escala.

La economía campesina andina se caracterizaba por su baja rentabilidad debido a sus pequeñas extensiones de terreno y lo accidentado del mismo, en tal sentido la cadena de producción basado en el cultivo del durazno (y otros frutales como palta y chirimoya) se convierte en la alternativa viable y por ende en la oportunidad de las familias rurales. Así casi la totalidad de la producción es llevada a cabo por pequeños productores que poseen parcelas desde 0.1 Ha. a las 5 Ha. Sin embargo ello no ha permitido que la producción se detenga o minimice su calidad y los productores han venido realizando acciones en pro de la mejora de su cultivo, así por ejemplo los pequeños productores de durazno (melocotón) de Huacho se encuentran organizados en la Asociación de Productores de Melocotón de la cuenca de Huaura “PROMELH” con el objetivo de promover la industrialización en pulpa y la exportación. Trabajan con SENASA para mantener el área libre de la mosca de la fruta.

La localidad de Palpa tiene una producción aproximada de 1 350 000/jabas/10 Kg/Campaña de los cuales, el 10% del total se pierde por problemas de post cosecha y transporte, significando menos ingresos económicos para los productores. Caso similar sucede con la producción de las localidades del distrito de Paccho las cuales tienen una producción aproximada de 1 500 000/jabas/10 Kg, con pérdidas, por los mismos problemas mencionados, de aproximadamente el 7% del total. Este hecho se agrava por los bajos precios que pagan los comerciantes a los productores por carecer éstos de una buena gestión comercial y una oferta concentrada.

La mayor parte de la organización de los productores se lleva acabo por comunidades, por ejemplo en las comunidades del distrito de Paccho se estiman en más de 800 los productores organizados en 5 comunidades. Dado que no existen datos exactos de la cantidad de productores, de las cifras mencionadas se puede inferir que la cantidad aproximada de productores de durazno en la Región sería de más de 1500 familias, pues existen más de 1,200 hectáreas sembradas y en producción en toda la Región.

2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves de la cadena de durazno de Lima Provincias.

En la cuenca del río Huaura el mayor problema se presenta en las etapas de post cosecha y comercialización que afectan fuertemente a los intereses de los productores y cuya solución implica un proceso global de estructuración del comercio en el que el centro de acopio, empaque y transformación son uno de sus componentes decisivos, pero no los únicos.

En el caso de la post cosecha, esta se realiza en la misma parcela, en espacios acondicionados inapropiadamente, con techos de paja o estera que dejan pasar el polvo y el sol, se utilizan envases inadecuados, con técnicas de calibración y clasificación desuniforme y en algunos casos diferentes a las que exige el mercado, empaque de madera que golpea la fruta (que anteriormente ya ha sido golpeada en el momento de la cosecha) y esto es descontado como descarte o “remaduro” al productor.

Es así que se adolece de servicios que brinden asesoría técnica en el manejo del recojo y disposición de los frutos. No existe un proveedor de embases donde se acondicione el producto para su traslado a los mercados por lo que como se menciona se recurre a los cajones de madera que producen mermas por las magulladuras y maduración del producto.

Los comerciantes compran en chacra al precio promedio de S/. 20.00, pero los precios varían entre 12 y 25 soles dependiendo de la clasificación, considerando que el rendimiento promedio es de 25 Tm por Ha, el productor tendrá un ingreso de 50,000, debiendo descontar de esto el costo de transporte, jabas, cosecha y el 10% de merma.

De esta manera el pequeño y vulnerable poder de oferta del productor se convierte en otro de los problemas de la comercialización, al carecer de normalización para la producción, acopio, selección, limpieza, calificación, empaque, etc, se encuentra este sujeto a las arbitrariedades de los mayoristas. Al mejorar las técnicas de cosecha y contar con envases de cartón apropiados para el empaque de la fruta, se reducirán las mermas, las cuales podrían transformarse en subproductos como néctares, mermeladas y fruta seca.

Pese a que los volúmenes que se trasportan son considerables, tampoco se cuenta con un sistema de transporte especializado para trasladar frutas sin tener un deterioro en el recorrido, que en su mayor parte es difícil y con carreteras en mal estado. A las mermas en jabas y frutos que esta situación ocasiona se añade el falso flete por productos insuficientemente seleccionados o de los maltratados en el camino, adicionalmente al encarecimiento de los prestadores del flete por demandas no controladas en las épocas de máxima cosecha.

En el caso del financiamiento, muchos de los productores no poseen la capacidad propia de financiarse o adquirir uno, lo que trae consigo la dependencia con los intermediarios y mayoristas que mediante créditos informales o “préstamos” suplen la presencia de entidades de créditos y aseguran la compra de la cosecha en condiciones desfavorables para los productores.

En conclusión las actividades de soporte de la cadena de durazno en la Región no se encuentran desarrolladas en beneficio de los productores, y éstos han ido supliendo dichos servicios a través de la informalidad, que genera menores ingresos por su producción.

2.4 Situación de los mercados

En el comercio internacional el durazno se intercambia en tres presentaciones: frescos, conservados provisionalmente y en conserva. Las partidas del Sistema armonizado (SA) que les corresponden son:

Capítulo / Sub partida	Descripción
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
080930	Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas
081290	Los demás frutos conservados provisionalmente (entre otros incluye al durazno)
20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
200870	Preparaciones de duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas

En el sistema arancelario nacional, el comercio internacional del durazno se registra en las siguientes subpartidas nacionales:

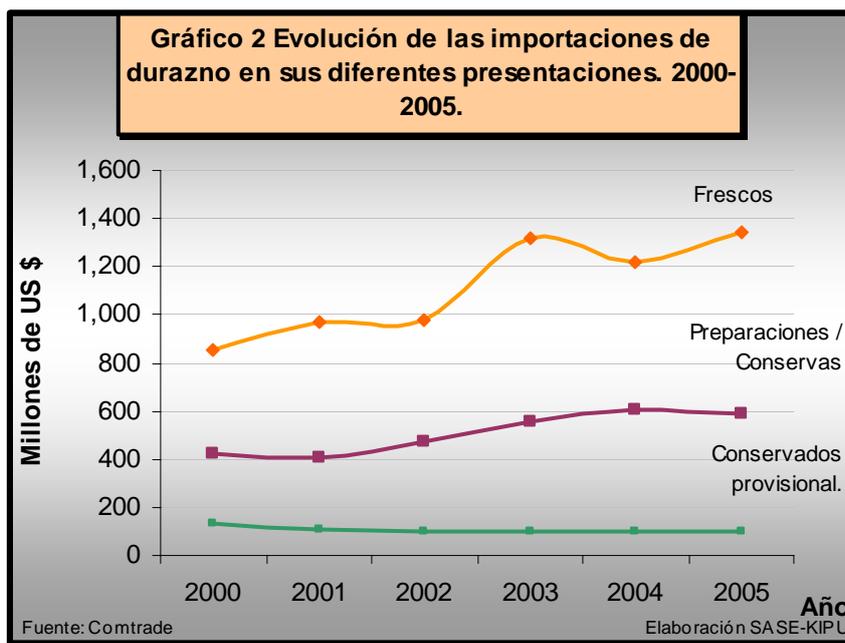
Partida Nac.	Descripción
0809300000	Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas, frescos
0812902000	Duraznos (melocot.) inc. los griñones y nectari., conserv. provisional. impropios p`cons.i
2008701000	Duraznos (melocotones), preparado o conservado con alcohol.
2008709000	Los demás duraznos preparados o conservados de otro modo
2008702000	Duraznos en agua con adición de azúcar u otro edulcorante, incluido el jarabe

Importaciones

El mercado mundial de las frutas presenta una dinámica positiva, fundamentada en el crecimiento vegetativo de la población mundial y su consumo. En los países desarrollados tres aspectos incrementan sostenidamente el consumo de frutas, el crecimiento de la población de adultos mayores, el incremento de la obesidad en mujeres y niños preferentemente y el incremento del consumo por productos naturales como reacción al consumo de comida chatarra. Bajo este escenario, el crecimiento de las importaciones mundiales de frutas ha ido en aumento y esta tendencia continuara.

El mercado mundial de duraznos en sus diferentes presentaciones, representó 2,030 millones de dólares (2005). El mercado mas importante corresponde a los duraznos frescos con un valor de 1,340 millones de dólares, las preparaciones y conservas de durazno alcanzaron un valor de 590 millones de dólares y el mercado de los demás frutas y frutos conservados provisionalmente, entre los cuales se incluye al durazno represento 99 millones de dólares. (ver gráfico 2.)

Las importaciones mundiales de durazno fresco es un mercado que crece dinámicamente. En el período 2000-2005 creció a una tasa promedio anual del 10%, las preparaciones y conservas de durazno también se incrementaron con tasas similares (9%).



En el mercado de los duraznos frescos Alemania es el principal mercado, sus importaciones corresponden al 20% del total mundial. Le sigue Francia con el 11% y crece a una tasa del 18%. Reino Unido, Italia, Estados Unidos y Canadá son países con importantes demandas por este producto, cada país participa con alrededor del 6% y crecen con tasa positivas destacando Canadá e Italia que crecen con 9 y 15% como promedio anual en el periodo 2000-2005.

Destacan como demandantes dinámicos países como Fed. Rusa, Polonia y la Republica Checa además de los otros países europeos. México figura entre los países importadores importantes de durazno aunque en el periodo de estudio este ha crecido solo con una promedio anual de 1%.

Cuadro 2. Dinámica de las Importaciones de duraznos es sus diferentes presentaciones. Principales países

Producto: 080930 - Duraznos, incluidos los griñones y nectarinas, frescos					Producto: 081290 - Los demás frutas y frutos conservados provisionalmente					Producto: 200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas:				
País importad.	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %	País importad.	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %	País importad.	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %
	2000	2005	%	2000/05		2000	2005	%	2000/05		2000	2005	%	2000/05
Alemania	215	268	20.0	5	Japón	87.2	31.1	31.4	-17	Alemania	60	87	14.7	11
Francia	69	151	11.2	18	Francia	0.4	24.4	24.6	121	Japón	68	61	10.3	-2
Reino Unido	106	113	8.4	2	Reino Unido	16.6	15.3	15.4	-1	USA	32	53	8.9	11
Italia	49	88	6.6	15	Portugal	2.8	3.6	3.6	7	México	34	38	6.4	6
USA	60	84	6.3	6	España	0.8	3.4	3.4	37	Francia	24	36	6.1	10
Canadá	47	74	5.5	9	Italia	0.6	2.3	2.3	26	Reino Unido	33	32	5.4	3
Fed. Rusa	12	62	4.6	36	Alemania	2.5	2.2	2.2	0	Tailandia	1	25	4.3	84
Bélgica	34	61	4.6	13	USA	2.5	2.1	2.2	-3	Canadá	18	22	3.7	5
Polonia	24	54	4.0	17	Canadá	3.1	1.9	1.9	-11	Polonia	11	20	3.3	13
Holanda	28	50	3.7	14	Austria	1.9	1.7	1.7	4	Holanda	13	16	2.7	8
Suiza	30	43	3.2	8	Holanda	1.9	1.3	1.4	-4	Bélgica	11	16	2.6	10
Austria	21	31	2.3	7	Irlanda	0.6	1.0	1.0	19	Italia	16	14	2.3	-1
México	25	27	2.0	1	Rumania	0.0	0.9	0.9	198	Fed. Rusa	2	12	2.0	35
Rep. Checa	11	27	2.0	15	Tailandia	0.1	0.7	0.7	160	Portugal	6	10	1.7	14
Otros	125	208	15.5		Otros	10.8	7.3	7.3		Otros	95	150	25.5	
Total	857	1,341	100	10	Total	131.9	99.2	100	-4	Total	424	590	100	9

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

En el rubro de las demás frutas conservadas provisionalmente, los mercados importantes son Japón, Francia y Reino Unido que representan el 71% de las importaciones a nivel mundial. Las importaciones del Japón disminuyen (-17%), a diferencia de las importaciones de Francia que crecen con una tasa promedio anual del 121% (2000-2005).

En el mercado de las preparaciones y conservas de durazno son Alemania, Japón y Estados Unidos los mercados que demandan más del 34% en el mundo y con excepción de Japón cuyas importaciones han decrecido (-2%), han incrementado sus importaciones a tasas del 6% y 11% para el periodo 2000-2005. México es el cuarto demandante y único país de América Latina que figura entre los importadores demandantes importantes en este producto. Destaca también Canadá aunque como octavo país participa con el 4% y su demanda crece con el 13%.

Los mercados de Tailandia y la Fed. Rusa destacan por el gran dinamismo de sus importaciones porque en el período crecieron a tasas promedio de 84% y 35% respectivamente.

En el siguiente cuadro 3 se ha especificado la demanda de los países cercanos de América Latina con el fin de conocer el tamaño de los mercados y su dinamismo. México es el mercado más significativo aunque esta descendiendo desde el año 2003. Brasil es otro importante mercado para el durazno fresco a pesar de que su producción está aumentando. También destacan como

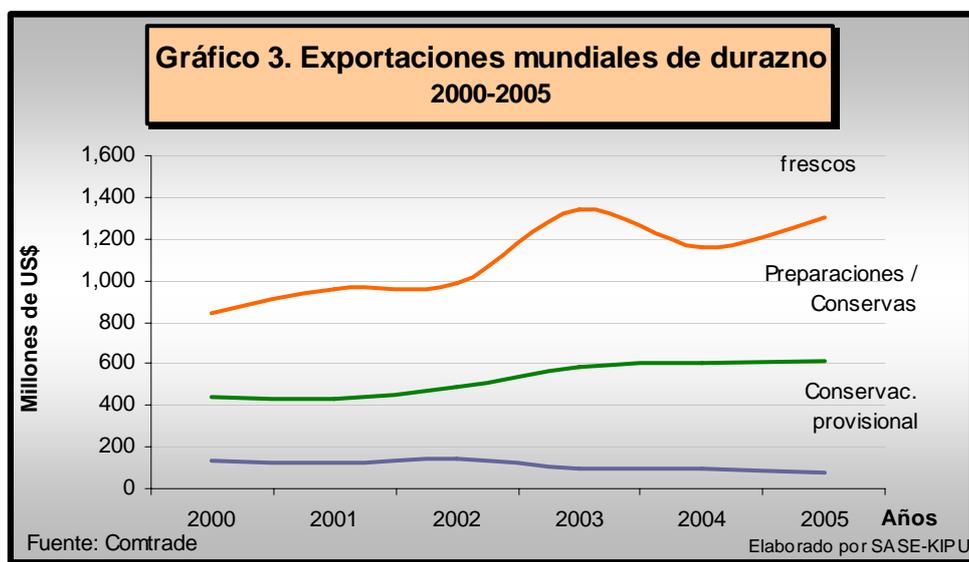
importadores de durazno fresco, Colombia, Ecuador, Guatemala y Costa Rica. Los mercados de Ecuador y Bolivia se muestran como los más dinámicos de la región y los principales compradores de los productores de Lima Provincias.

Cuadro 3. Importaciones de duraznos frescos en países de Latinoamérica.							
Producto: 080930 - Duraznos, incluidos los griñones y nectarinas, frescos							
País importador	Año (millones de US \$)						Tasa Crec % 2000-2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	
México	25.0	30.9	32.5	36.5	29.2	26.8	0.8
Brasil	7.3	6.4	6.1	4.5	5.0	9.6	0.8
Colombia	3.4	3.4	3.1	2.4	3.2	3.5	-0.5
Ecuador	0.3	0.6	1.4	1.8	1.6	1.7	38.7
Guatemala	1.0	0.9	0.9	1.0	0.9	1.0	0.1
Costa Rica	1.1	1.0	1.4	1.3	1.3	1.0	-1.0
Venezuela	1.2	1.5	0.7	0.2	0.2	0.6	-24.8
Perú	0.4	0.3	0.2	0.2	0.4	0.4	1.1
Bolivia	0.1	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	13.6

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

Exportaciones

El mercado mundial de duraznos y sus presentaciones, representó en el 2005 un valor de 2,000 millones de dólares y los duraznos frescos representan el 65% de estas exportaciones. Las exportaciones de conservas de durazno alcanzaron un valor de 613 millones de dólares y las de demás frutas y frutos conservados provisionalmente que incluye al durazno representó un valor de 80 millones de dólares. (Ver gráfico 1).



Los principales países exportadores de durazno fresco son los países de la Unión Europea que exportan alrededor del 78% de las exportaciones mundiales. Ver cuadro 4. En este grupo destaca España que exporta el 34% y su tasa de crecimiento promedio anual es muy dinámico (14%). Le sigue Italia con el 25%

con una tasa anual de 6%. El principal mercado es intraregional, se abastecen entre países.

Estados Unidos es otro importante país exportador de durazno fresco. Sus exportaciones representan el 10% del total mundial y sus principales mercados son Canadá y México.

Chile se destaca como el quinto exportador, con el 6%. En el año 2005 exportó por un valor de 80 millones de dólares y su principal mercado fue Estados Unidos, México, Perú entre otros de América Latina. Figura también Argentina como importante exportador sobretodo por el dinamismo de sus exportaciones.

Perú ha comenzado a figurar entre los exportadores sobre todo de duraznos frescos aunque sus valores de exportación son aún poco significativos.

El cuadro 4 presenta también a los países exportadores en las demás frutas conservadas provisionalmente donde se muestra que los países China, España y la India exportan el 75% en este rubro entre el 2000-2005. Como en otros productos China ha desplazado a la India. Brasil figura como un país exportador importante aunque solo participa con el 1% y su tasa promedio anual esta descendiendo (-3%)

En el rubro de las preparaciones de duraznos (200870 del SA) es Grecia el principal exportador con fluctuaciones a lo largo del periodo, en el año 2005 participó con el 33% de las exportaciones mundiales.

Sudáfrica, China, España y Chile, son países con importante participación en las exportaciones mundiales de preparaciones de duraznos, en conjunto participan con el 39% de la exportaciones. La participación de este grupo de países se ha incrementado dinámicamente en el período 2000-2005 con tasas promedio anuales que van desde el 12% al 18%.

Tailandia destaca como un país cuyas exportaciones se han incrementado rápidamente en el período 2000-2005 a una tasa promedio anual de 158%.

Cuadro 4. Dinámica de las Exportaciones de duraznos es sus diferentes presentaciones. Principales países

Producto: 080930 - Duraznos (melocot.), incluidos los griñones y nectarinas, frescos					Producto: 081290 - Los demás frutas y frutos conservados provisionalmente					Producto: 200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas:				
País Exportad	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %	País Exportad.	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %	País Exportador	Año (millones de US \$)			Tasa Crec %
	2000	2005	%	2000/05		2000	2005	%	2000/05		2000	2005	%	2000/05
España	239	448	34.4	14.3	China	30	44	55.5	8	Grecia	204	202	32.8	-3
Italia	246	320	24.5	5.8	España	4	9	11.5	18	Sudáfrica	34	64	10.4	18
USA	111	130	10.0	0.9	India	62	5	6.8	-44	China	33	62	10.1	16
Francia	78	110	8.4	7.6	Israel	5	4	4.8	-8	España	43	59	9.6	12
Chile	60	80	6.1	6.5	Reino Unido	0	2	2.9	38	Chile	31	53	8.6	14
Grecia	47	61	4.7	-1.2	Tailandia	1	2	2.2	36	Tailandia	0.1	38	6.1	158
Holanda	15	26	2.0	13.9	Holanda	0	2	2.0	68	Alemania	18	35	5.6	15
Bélgica	7	23	1.8	28.9	Bélgica	3	1	1.6	-8	USA	15	25	4.0	21
Turquía	4	21	1.6	37.8	Irlanda	0	1	1.5		Italia	18	17	2.7	1
Australia	12	16	1.2	5.9	USA	3	1	1.4	-16	Argentina	1	12	2.0	74
Alemania	4	11	0.8	20.5	Italia	1	1	1.1	9	Australia	11	7	1.2	-6
SudÁfrica	7	8	0.6	8.1	Brasil	2	1	1.0	-3	Holanda	4	7	1.2	19
Argentina	1	7	0.5	31.2	Grecia	0	1	0.9	28	Francia	8	6	1.0	0
Peru	0.00	0.02	0.00	1.2	Peru	0.13	0.00	0.0		Peru	0.00	0.001	0.0	89
Otros	13	45	3.4		Otros	20	5	6.8		Otros	16	30	4.8	
Total	844	1,305	100	9.1	Total	131	80	100	-10	Total	437	616	100	9

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU

Las exportaciones de productos alimenticios, en especial de productos frescos deben cumplir exigencias técnicas y fitosanitarias. Deben contar un certificado fitosanitario que certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades. Para los alimentos transformados La Unión Europea exige a los exportadores contar con sistemas que garanticen la trazabilidad¹ y normas como el sistema HACCP².

Exportaciones de Perú

Las estadísticas de las exportaciones del durazno en sus diferentes presentaciones realizadas por el Perú, muestran que estas se realizan en valores todavía poco significativos y fluctuantes. En el periodo se han exportado entre 4 mil y 106 mil dólares. Se trata de exportaciones que están probando mercados por la irregularidad de las exportaciones. (Ver cuadro 5).

Sin embargo, como se ha podido apreciar en el análisis, los mercados interesantes son los mas cercanos y en épocas donde la producción de Chile no ingresa masivamente.

¹ Es la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo.

² El análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) es un sistema de gestión destinado a garantizar la inocuidad de los alimentos. Al respecto consultar en: <http://www.fao.org/DOCREP/005/W8088S/W8088S00.HTM>

Con el fin de desarrollar la oferta exportable del durazno en el Perú se están desarrollando acuerdos entre el sector privado y el estado para ejecutar proyectos de exportación a partir de instalación de nuevas áreas de durazno en diversas zonas del país. Es el caso del convenio entre Sierra Exportadora - Cía minera Antamina – Ajegroup (néctares pulp) que permitirá la instalación de 6 mil has de durazno.

Cuadro 5. Perú Exportaciones de Durazno en sus diversas presentaciones.							
Producto	Año (US dólares)						Tasa Crec %
	Destino	2000	2001	2002	2003	2004	
0809300000 duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas, frescos							
Paises Bajos	5				2,843	18,360	
Belgica						3,332	
Reino Unido	4,463	8,500	61,757	56,574			
Alemania						630	
Ecuador		13,434					
Estados Unidos		13,600					
otros		21	77		7	82	
Total	4,468	35,555	61,834	56,574	2,850	22,404	1.2
2008702000 duraznos en agua con adición de azúcar u otro edulcorante							
Total	249	14	164	2,799	1,217	764	86.3
2008709000 los demás duraznos preparados o conservados de otro modo							
Total	3	66,309	348	774	141	186	-71.8
Total general	4,719	106,108	62,346	60,147	4,208	23,354	-4.8

Fuente: Prompex
Elaboración SASE-KIPU

Importaciones del Perú

El Perú es un país importador neto de durazno fresco y en conserva.

En el año 2005 las importaciones de durazno fresco fueron por un valor de 365 mil dólares, siendo Chile el principal abastecedor. En el caso de los duraznos en conserva se importó por un valor de 9.7 millones de dólares, y éstas crecieron en el período 2000-2005 a una tasa promedio anual del 15%. Chile y Argentina son los principales países abastecedores. En el período las importaciones provenientes de Argentina han incrementado su participación en el mercado peruano (cuadro 6).

Estas informaciones señalan que en el mercado interno hay oportunidades de negocios para el durazno fresco y sus diferentes presentaciones.

Cuadro 6. Perú. Importaciones de durazno fresco. 2000-2005								
Producto	Año (miles de US dólares)							Tasa Crec %
Proveedor	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	2000-2005
080930 - Duraznos, incluidos los griñones y nectarinas, frescos								
Chile	404	288	174	241	350	362	99	1.0
Otros						3	1	
Total	404	288	174	241	350	365	100	1.1
200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nect.								
Chile	4,639	4,490	5,323	5,561	8,250	7,160	74	12.2
Argentina	319	784	1,014	1,557	1,143	2,222	23	38.0
Australia						316	3	
Grecia	305	127						
USA		17	14					
Otros	0.3	55	4	4				
Total	5,263	5,473	6,354	7,122	9,393	9,699	100	14.7

Fuente: Comtrade
Elaboración SASE-KIPU

Análisis de la competencia.

El análisis de la competencia tiene dos partes, la primera prioriza los mercados de Europa dónde se dirigen parte de los duraznos frescos del Perú y en la segunda parte presentamos un análisis de los mercados mas cercanos principalmente países de América.

Mercados de Europa.

Cuadro 7. Dinámica de los principales mercados de destino de las exportaciones de durazno del Perú.						
Producto: 080930 - Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarinas, frescos						
Valores e Indicadores	Mdo de destino 2005	Países proveedores				
		1	2	3	4	
	Reino Unido	Italia	España	Francia	Sudáfrica	Peru
Millones US\$	113.1	40.8	38.1	8.4	5.9	
Particip %	100.0	36.1	33.7	7.4	5.2	
Crec % Prom *	1.7	1.6	4.0	-13.8	7.9	
	Bélgica	España	Francia	Italia	Holanda	Peru
Millones US\$	61.4	27.3	19.0	7.7	3.6	0.01
Particip %	100.0	44.4	31.0	12.5	5.8	0.02
Crec % Prom *	13.4	18.0	9.9	9.5		
	Holanda	España	Chile	Francia	Italia	Peru
Millones US\$	50.2	25.9	7.8	3.5	2.9	0.004
Particip %	100.0	51.6	15.6	6.9	5.9	0.01
Crec % Prom *	14.5	15.2	29.2	-8.4	2.2	

Fuente: Comtrade
Elaborado por SASE-KIPU
(*) Tasa anual promedio de crecimiento 2000-2005

Las exportaciones de durazno fresco es la presentación de durazno más importante que exporta el Perú. En el año 2005 los mercados de Reino Unido, Bélgica y Holanda fueron los principales países de destino del durazno fresco exportado por el Perú. (Ver cuadro 7).

Como se analizó los mercados de Europa mantienen una tendencia al crecimiento en su demanda y son abastecidos principalmente por Italia, España y Francia. Las importaciones

precedentes del Perú en estos países son muy poco significativas y las posibilidades de incrementar su participación en estos mercados están sujetas a

la capacidad de incrementar la oferta exportable tanto en volumen como en calidad fundamentalmente como complemento a la exportación chilena, en época de contra-estación.

Mercados en Países de América.

Por la cercanía al Perú se presenta la dinámica de los mercados de Canadá, Colombia Ecuador y Venezuela. Estos países son abastecidos principalmente por Estados Unidos y Chile (Ver cuadro 8).

En el periodo 2000-2005, las importaciones de Canadá y de Ecuador muestran una tendencia al ascenso y crecen a una tasa promedio del 9% y 39% respectivamente, a diferencia de los mercados de Colombia y Venezuela que han decrecido en el período.

Cuadro 8. Dinámica de los mercados de algunos países de América.						
Producto: 080930 - Duraznos (melocotones), incluidos los grifones y nectarinas, frescos						
Valores e Indicadores	Mdo de destino 2005	Países proveedores				
		1	2	3	4	
	Canada	USA	Chile	Mexico	Argentina	Peru
Millones US\$	74.4	61.2	12.5	0.4	0.1	0.03
Particip %	100.0	82.3	16.9	0.5	0.1	0.03
Crec % Prom *	8.7	7.7	14.8	81.1		
	Colombia	Chile	USA	Italia	España	Venezuela
Millones US\$	3.5	2.3	0.7	0.3	0.2	0.04
Particip %	100.0	66.0	18.6	9.5	4.7	1.21
Crec % Prom *	-0.5	3.7	-3.5		196.6	
	Ecuador	Chile	USA	Peru	Andorra	Colombia
Millones US\$	1.7	1.3	0.4	0.04		
Particip %	100.0	74.3	23.1	2.6		
Crec % Prom *	38.7	48.5	19.6			
	Venezuela	USA	Chile	España		
Millones US\$	0.6	0.5	0.1	0.04		
Particip %	100.0	74.4	20.0	5.6		
Crec % Prom *	-24.8	-22.6	-33.5			

Fuente: Comtrade
 Elaborado por SASE-KIPU
 (*) Tasa anual promedio de crecimiento 2000-2005

En estos mercados, sobre todo en el de Ecuador y Canadá, el Perú puede incrementar su participación porque sus posibilidades se sustentan en su capacidad para ofertar durazno fresco durante todo el año, a diferencia de Chile que tiene concentrada su oferta de durazno fresco en los meses de febrero y marzo. Ver gráfico 4.



Conclusiones

- Las frutas tienen grandes oportunidades comerciales por la demanda creciente por productos naturales y una marcada preferencia hacia frutas frescas.
- La demanda de los duraznos del Perú se encuentran en los mercados de algunos países de la UE que no se abastecen totalmente con el durazno chileno y los países de Europa del este (Polonia, Rusia, etc) son mercados emergentes e interesantes para el durazno peruano.
- Los mercados con mayor oportunidad para el Perú son los mercados cercanos como Canadá, Ecuador y Bolivia. En estos mercados el durazno peruano puede competir con el chileno y/o complementar su oferta al de Chile porque en el Perú se produce todo el año.
- El cumplimiento de las normas técnicas y regulaciones fitosanitarias son indispensables para las exportaciones de productos frescos. Los mercados son muy exigentes en calidad e inocuidad.
- El Perú tiene ventajas estacionales sobre Chile porque puede ofertar duraznos frescos en los meses de mayo a octubre porque la oferta chilena inicia en diciembre y termina en abril.
- Además de nuevas inversiones en instalaciones de plantaciones de durazno en diferentes zonas, es indispensable fortalecer la organización de los pequeños productores que ya ofertan duraznos con calidad con el fin de elevar sus capacidades en gestión y de esta forma aprovechar las oportunidades comerciales existentes en los mercados internacionales.

2.1 La cadena actual del Durazno de Lima Provincias

El análisis con el enfoque de cadenas permite evaluar la competitividad tomando conocimiento de manera ordenada sobre las etapas, agentes económicos, y procesos de producción y distribución de un determinado producto o línea productiva. Para efectos del POP del Durazno, se realiza el análisis a partir de los

agentes económicos, identificándolos y ordenando secuencialmente su interrelación.

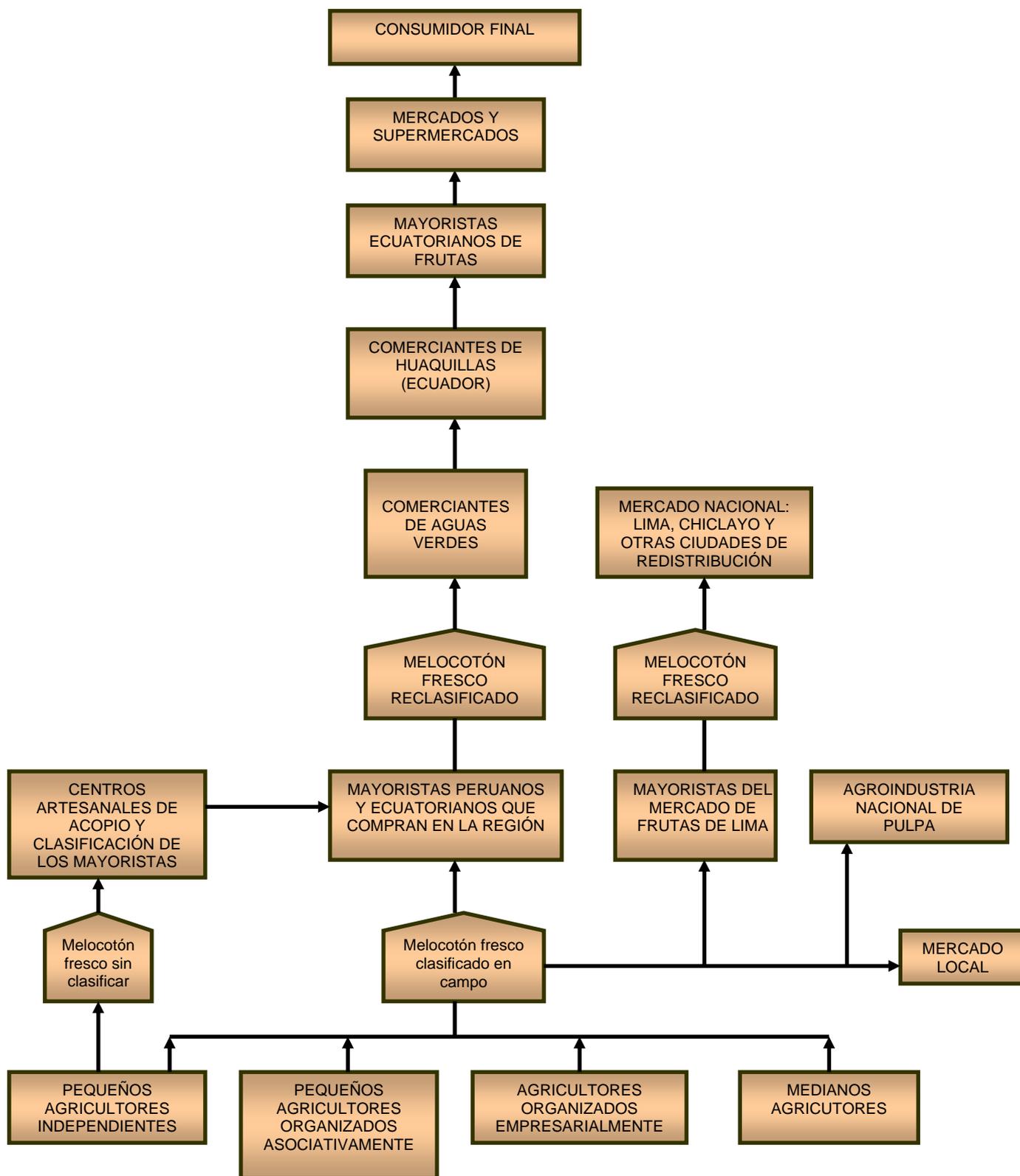
Son tres los tipos de actores que se identifican: (i) los agentes económicos de las etapas de producción (eslabones primarios) y transformación o acondicionamiento (eslabones secundarios) del producto; (ii) los canales de distribución (eslabones terciarios) y (iii) los consumidores intermedios y finales. El esquema se diseña a partir del mercado a fin explicitar el enfoque de demanda que debe tener toda cadena exportadora para ser competitiva, esto es, producir en función al mercado y no vender en función a lo que se produce.

El esquema de la cadena exportadora actual del Durazno de Lima Provincias, identifica los actores directos de esta y sus eslabonamientos con actores nacionales e internacionales. Como se observa, el eslabón primario presenta cierto grado de organicidad al existir núcleos de productores organizados asociativamente pero de muy reciente constitución; también hay presencia de productores individuales.

Estos productores se articulan hacia delante con exportadores de durazno fresco y con las industrias procesadoras exportadoras de Lima mediante el establecimiento de contratos que les asegura la colocación del durazno fresco que cumple la calidad requerida para su procesamiento y posterior exportación como conserva.

El esquema de la cadena es también importante definirlo al inicio de un Plan ya que este sirve como parte de la línea de base de carácter cualitativo para posteriores evaluaciones.

**CADENA ACTUAL DE MELOCOTÓN O DURAZNO*
REGIÓN LIMA PROVINCIAS**



Elaboración: Consorcio SASE-KIPU y participantes de los talleres regionales para formulación del POP

3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DEL DURAZNO EN LIMA PROVINCIAS.

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Lima Provincias como región exportadora de Durazno y, en función a los resultados, definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan tanto el diagnóstico situacional y prospectivo como las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena.

Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA se complementaron con el diseño de la Cadena Futura³ del Durazno, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar para alcanzar sus objetivos.

De la comparación de la cadena actual y la cadena futura también se infieren estrategias que permitan pasar de la situación productiva, tecnológica, organizacional y comercial actual a la que se propone lograr en el año 2016.

Los instrumentos de análisis se aplicaron con la participación de actores involucrados en el esfuerzo exportador del Durazno: agricultores, empresarios, funcionarios públicos y representantes de instituciones privadas de promoción y desarrollo. En reuniones de trabajo con los actores locales, se analizaron y valoraron los atributos que inciden positiva o negativamente en la competitividad de la cadena: El resultado de este análisis se presenta en el Diamante de Competitividad del Durazno. También se realizó el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas-FODA y se bosquejó la Cadena Futura. Estos avances fueron completados por el Equipo Consultor tomando como referencia otras experiencias exportadoras de pequeños productores de Durazno en el Perú y el comportamiento del mercado internacional. Para efectos del análisis, se considera que el ámbito de los factores internos es la cadena productiva del Durazno en la región Lima Provincias

La cadena de valor deseable y que se estima posible de lograr en el largo plazo, visualiza a todos los agricultores organizados para producir durazno de calidad. Su organización asociativa, en base a un modelo de integración hacia delante, y en alianza con socios con experiencia en el negocio internacional, viene operando una planta procesadora que permite obtener diversos derivados de durazno y orientarlos a abastecer el mercado tanto nacional como internacional.

La clave de este desarrollo es la calidad del durazno pues se ha logrado que el mercado reconozca y valore el durazno proveniente de Perú en los mercados internacionales. La articulación eficiente de los diferentes actores, les permite llegar de manera competitiva al exterior, aprovechando los diferentes segmentos y nichos de mercado.

Como se puede apreciar en las figuras que representan el Diamante de Competitividad y la Matriz FODA, los factores que influyen favorablemente en la competitividad exportadora del durazno en la Región (y que representan, por lo tanto, las fortalezas de la Región para la exportación de dicho producto) son principalmente: la adaptación de los árboles a las zonas de cultivo, el periodo de cosecha durante 9 meses al año que permite entrar en contraestación a los

³ Instrumento adaptado por Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo de Consultores.

competidores; la organización de los productores y la visión de futuro que poseen para el desarrollo del producto, el interés del mercado por el producto. Excepto los dos últimos factores, los dos anteriores se pueden considerar “ventajas comparativas”.

Mientras que los factores que influyen negativamente en la competitividad exportadora del durazno en la Región (y que representan, por lo tanto, las debilidades de la Región para la exportación de dicho producto) son principalmente las deficiencias y/o ausencias en infraestructura general (energía eléctrica, vial, plantas de transformación, viveros, etc); en prácticas empresariales (cosecha y post cosecha, nivel de transformación, asociatividad); así como la gran cantidad de intermediarios y las deficientes prácticas de comercialización.

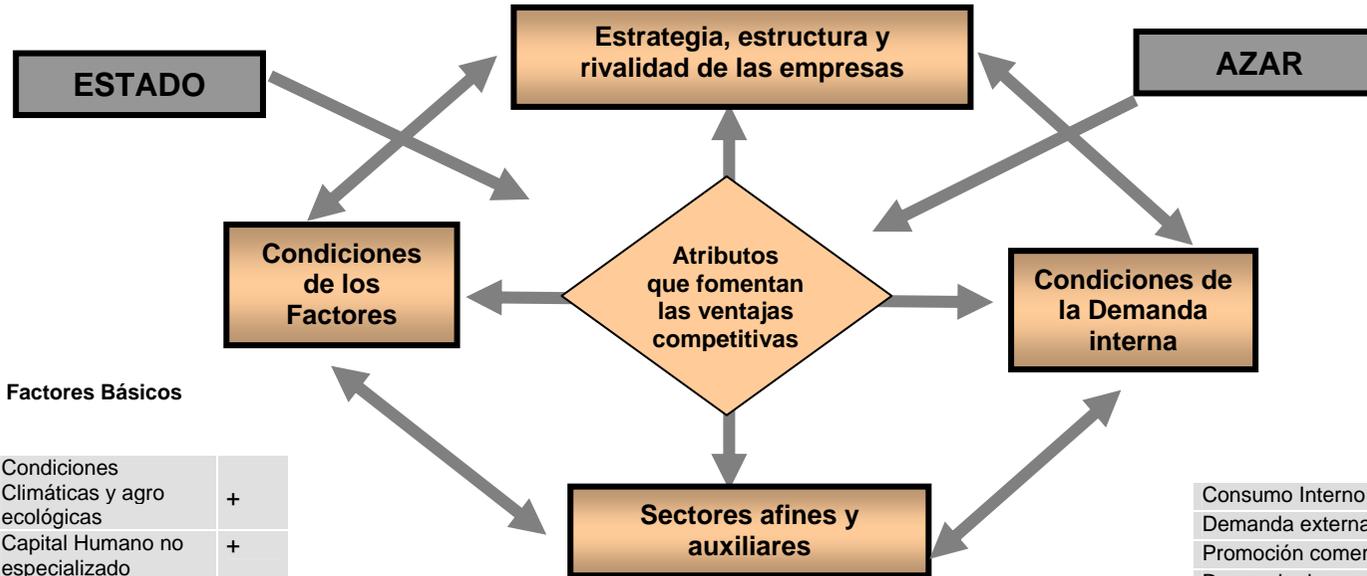
Finalmente, las amenazas para la exportación de dicho producto son principalmente la presencia de fenómenos en la naturaleza como el cambio climático, las practicas agrarias basadas en los agroquímicos, el desarrollo de los competidores nacionales e internacionales; y la restricción de la Unión Europea para el ingreso de productos naturales (excepto uña de gato y maca).

**POP- MELOCOTÓN
LIMA PROVINCIAS
DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD**

Promoción de exportaciones	+ -
Planes de desarrollo del Durazno	+ -
Capacitación y asistencia Técnica de Gobiernos Locales	-
Capacitación de productores por MINAG	-
Seguridad en el campo	-
BAJO	

Empresas de exportación con producción estandarizada	+ +
Empresas productoras con experiencia demostrada	- -
Prácticas de Asociatividad	+ -
Liderazgo de las organizaciones empresariales	+
Cadenas exportadoras articuladas	- +
Actitud para invertir y arriesgar	-
Comercio informal de la Durazno	+ -
Cultura exportadora	+ -
Estrategias para la oferta organizada	+ -
MEDIO	

Sequías y heladas	-
Plagas y enfermedades	--
Inestabilidad del tipo de cambio	+ -



Factores Avanzados

Sistemas de Infraestructura de riego	+ -
Infraestructura vial	+ -
Infraestructura de telecomunicaciones	+ -
Infraestructura de servicios de energía	+ -
Estaciones metereológicas e información climática	+ -
Capital humano especializado nivel productivo	+ -
Capital humano especializado en gestión y comercio exterior	-
Tecnología, investigación e innovación	+ -
Transferencia de tecnología	-
Re acciones de la Us e ITs con el sistema productivo	- -
MEDIO	

Factores Básicos

Condiciones Climáticas y agro ecológicas	+
Capital Humano no especializado	+
Calidad de los Suelos	-
Tecnología para el producto	+ +
ALTO	

Servicios de certificación (SENASA)	++
Servicios de transporte público de carga y logísticos	+ -
Accesos a servicios financieros	+ -
Accesos a información Técnico- Comercial	-
Proveedores de semilla	++
Servicios de investigación	-
Servicios de asesoría empresarial	+ -
Proveedores de envases y embalajes	-
Promoción y desarrollo de ONGs	+
Alianzas entre/ con proveedores	+
MEDIO	

Consumo Interno del Durazno	+ -
Demanda externa	+ +
Promoción comercial	+ -
Demanda de supermercados	+ -
Demanda por consumo de productos saludables	+ +
Índice de Nivel de pobreza	- -
Poder adquisitivo	- -
MEDIO	

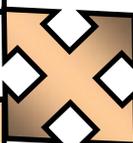
FODA DEL DURAZNO– LIMA PROVINCIAS

FORTALEZAS

- Condiciones climáticas favorables
- Existencia de infraestructura básica
- Cosecha escalonada todo el año, concentrado en determinados meses
- Abundancia de agua
- Existe infraestructura de riego básica (bocatomas y canales)
- Vías de acceso (excelente conectividad)
- Cercanía a puntos de embarque
- Cercanía a centros industriales desarrollados
- Disponibilidad de mano de obra
- Producción bajo contrato
- Presencia de SENASA
- Disponibilidad de técnicos especializados con conocimientos de tecnología productiva.
- Programa de erradicación de la mosca de la fruta.

DEBILIDADES

- Organizaciones de productores débiles
- Agotamiento del recurso suelo por sobreutilización
- Mal manejo de suelos (rotación, materia orgánica)
- Contaminación del agua
- Sistemas de riego deficientes
- Limitado conocimiento técnico, de calidad y de comercialización por parte de agricultores
- Mano de obra sin preparación.
- Presencia de minifundios
- Falta de titulación de tierras
- Difícil acceso al crédito
- Escasa aplicación de modernas técnicas de gestión y buenas prácticas agrícolas.
- Desconocimiento de estándares de calidad.
- Escasa visión empresarial
- Falta información comercial
- No llevan una producción orgánica
- Alta incurrencia en fertilizantes y abonos
- Inapropiados envases para el traslado de la fruta



OPORTUNIDADES

- Demanda internacional creciente de Durazno
- Gestión articuladora de la Dirección Regional Agraria
- Política de Promoción de exportaciones
- Presencia de agroindustrias de exportación
- Cambio favorable de política de AGROBANCO
- Programa de Financiamiento Estructurado de COFIDE
- Presencia de organismos internacionales que apoyan la agricultura
- Acuerdos comerciales

AMENAZAS

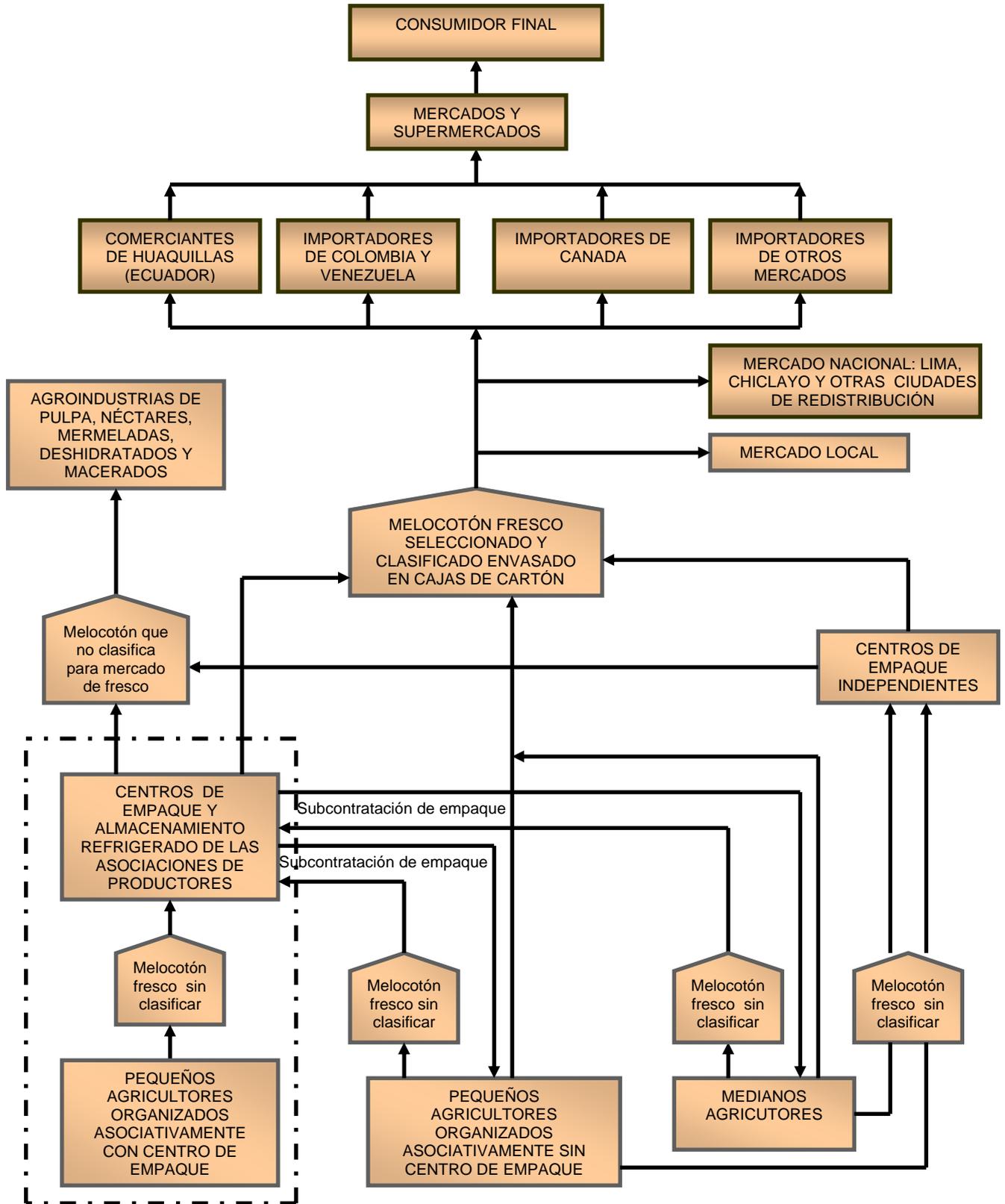
- Alteraciones climáticas
- Plagas (cecidomidae) y enfermedades
- Intermediarios no aseguran compra
- Inestabilidad de los precios internacionales
- Saturación del mercado por sobreoferta.
- Cierre de mercados por incumplimiento de compromisos y de estándares de calidad e inocuidad



En relación al tercer instrumento de análisis, la cadena de valor futura del durazno, se pueden visualizar los siguientes cambios en relación a la cadena actual:

- (a) Todos los productores están organizados (con plantaciones), y ya no existen productores individuales.
- (b) Se ha minimizado la presencia de intermediarios.
- (c) Se há cambiado el tipo de agricultura basada fertilizantes para establecer una agricultura orgânica.
- (d) Existen en la Región una planta de procesamiento de durazno que no solo obtiene durazno fresco para su comercialización, sino que producen otros derivados de mayor valor agregado como mermelada, néctares, etc.
- (e) Las asociaciones de productores cuentan con un centro de acopio y una empresa procesadora a la cual están integrados verticalmente.

**CADENA FUTURA (2016) DE MELOCOTÓN O DURAZNO*
REGIÓN LIMA PROVINCIAS**



* Sólo se refiere al durazno que se destina al mercado de fruta fresca. No se incluye el mercado final del durazno destinado a pulpa.

4. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO

A fin de que exista una concordancia de los Planes Operativos por Producto con el Plan Estratégico Nacional Exportador –PENX- y con el Plan Estratégico Regional Exportador –PERX- de Lima Provincias los componentes definidos por los Objetivos Estratégicos son los mismos, esto es:

- Objetivo estratégico 1: Desarrollo de la oferta exportable
- Objetivo estratégico 2: Desarrollo de los mercados de destino
- Objetivo Estratégico 3 Facilitación del Comercio
- Objetivo Estratégico 4: Cultura exportadora

En base al diagnóstico de la cadena de valor, al análisis de los factores de competitividad y la comparación de la cadena actual y futura del durazno, se han definido las estrategias y actividades específicas. El horizonte de tiempo del Plan Operativo es de 10 años para la Visión de Futuro (expresada por la cadena futura) y los objetivos estratégicos, y de 4 años para las estrategias y acciones específicas.

Se entiende que al ejecutarse las acciones propuestas, podrán haber cambios en las características de la actividad productiva y comercial, en la competencia y mercados objetivo internacionales, lo cual configurará nuevos escenarios con diferentes condiciones de competitividad. En consecuencia, el Plan Operativo debe actualizarse periódicamente a fin que se mantenga como un instrumento efectivo de gestión del cambio hacia la competitividad sostenible de la cadena de valor del durazno de Lima Provincias.

La cantidad y alcance de las actividades consideradas son ambiciosos, y solamente se podrá lograr mediante un trabajo conjunto del sector público y privado, y con la complementación de los organismos nacionales, regionales y locales. Para cada actividad se indican las instituciones que deberían estar involucradas en la ejecución, estando subrayada aquella que funcionalmente debería asumir la responsabilidad principal.

En cuanto a los recursos presupuestales que requiere la ejecución del Plan, algunas actividades podrán ejecutarse con las capacidades humanas y económicas con que cuentan actualmente las instancias involucradas. En los casos en los que se requiera de un presupuesto específico, éste debería ser gestionado a través de la inclusión de las actividades en los Planes Operativos Anuales de las instituciones involucradas o de la formulación de proyectos específicos para su correspondiente presentación al Presupuesto Participativo de la Región y a fuentes cooperantes.

A continuación se presenta el Plan Operativo del durazno de Lima Provincias, el cual incluye 4 objetivos estratégicos, 16 estrategias, y 68 actividades.

El primer objetivo estratégico está relacionado al desarrollo de la oferta exportable y para alcanzarlo se incluyen actividades asociadas a la generación y difusión de información relevante (sobre agricultores, productores, organizaciones, proveedores de bienes y servicios); el desarrollo tecnológico (misiones, huertos), aseguramiento de calidad e inocuidad (estandarización de

la producción y procesamiento para obtener calidades homogéneas, creación de Centros de Acopio); y el desarrollo de diferentes presentaciones del durazno (planta procesadora). Si bien son muchas las instituciones responsables de la ejecución de las 22 actividades incluidas en este primer objetivo, destaca la participación de la Dirección Regional Agraria, el Gobierno Regional, la Mesa de Trabajo del durazno y las organizaciones de productores de durazno.

El segundo objetivo estratégico tiene que ver con la promoción de la oferta exportable en los mercados de destino priorizados y se incluyen actividades asociadas a la investigación (estudios de mercados, de normas de calidad, monitoreo de la producción y exportación en otros países); la mejora de la gestión comercial internacional de los productores y procesadores (relaciones de cooperación, alianzas estratégicas, formación de consorcios con actores nacionales e internacionales); y la promoción y marketing propiamente dicho (página web, signos distintivos, catálogos, misiones comerciales, ruedas de negocios). Las instituciones que tienen una mayor responsabilidad en la ejecución de la mayoría de las 16 actividades propuestas en este segundo objetivo son PROMPEX y DIRCETUR.

El tercer objetivo estratégico apunta a la facilitación de la exportación e incluye actividades relacionadas a la mejora de la infraestructura vial, el acceso al financiamiento por parte de los actores económicos involucrados en la cadena exportadora del durazno; y el acceso de los productores y procesadores a registros sanitarios, certificaciones y autorizaciones que son requisitos indispensable para ingresar al mercado internacional. Entre las instituciones responsables de que se lleven a cabo las 14 actividades previstas en este tercer objetivo destacan el Gobierno Regional y el Ministerio de Agricultura.

El cuarto y último objetivo estratégico se relaciona con la formación de una cultura exportadora e incluye actividades vinculadas al fortalecimiento de la asociatividad (capacitación a productores y procesadores en gestión organizacional, mecanismos de articulación de cadenas de exportación, instrumentos de gestión); y a la formación de una actitud favorable de la sociedad hacia la exportación (difusión a través de notas de prensa, Congresos Anuales Regionales, incorporación de contenidos en las currículas de la educación secundaria y universitaria). Si bien son muchas las instituciones involucradas en la ejecución de las 16 actividades previstas en este cuarto objetivo, se debe relevar la importante participación de MINCETUR, DIRCETUR, los gobiernos locales y los centros de estudio.

PLAN OPERATIVO DEL DURAZNO – LIMA PROVINCIAS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

16 ESTRATEGIAS Y 68 ACTIVIDADES

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 1:
DESARROLLO DE OFERTA
EXPORTABLE**

Lograr una oferta estratégicamente diversificada del durazno, con calidad y volumen que permita tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.

22 ACTIVIDADES



ESTRATEGIA N° 1.1: Generar y difundir información actualizada sobre los actores que intervienen en la cadena de durazno de Lima Provincias, y sobre aspectos técnico productivos asociados ha dicho producto.

ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad de la cadena de valor del durazno.

ESTRATEGIA N° 1.5: Promover el desarrollo de los productos derivados del durazno: néctar, mermelada, harina, saborizantes, etc

ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad que respondan a los estándares internacionales.

ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación de la Región, y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 2:
DESARROLLO DE MERCADO
DE DESTINO**

Diversificar y consolidar la presencia del durazno de Lima Provincias y productos derivados en los mercados de destino priorizados.

16 ACTIVIDADES



ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada sobre la oferta y demanda del durazno.

ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores institucionales de la Región respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional.

ESTRATEGIA N° 2.3: Promover la oferta exportable del durazno de Lima Provincias en los mercados internacionales, proyectando una imagen de diferenciación de dicho productos y sus derivados.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 3:
FACILITACIÓN DEL COMERCIO**

Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de durazno y sus derivados, y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.

14 ACTIVIDADES



ESTRATEGIA N° 3.1: Implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado, y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los negocios agrarios de la sierra y al desarrollo articulado de la cadena del durazno.

ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura en las zonas de producción de durazno.

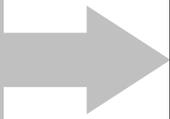
ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena exportadora del durazno de Lima Provincias.

ESTRATEGIA N° 3.4: Facilitar el acceso de productores y procesadores a registros, certificaciones y autorizaciones.

**OBJETIVO ESTRATÉGICO 4:
CULTURA EXPORTADORA**

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

16 ACTIVIDADES



ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan Operativo (POP), su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la cadena del durazno en Lima Provincias.

ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio de la cadena exportadora del durazno, formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.

ESTRATEGIA N° 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora de durazno.

ESTRATEGIA N° 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la Región para que satisfagan los requerimientos de la cadena del durazno.

PLAN OPERATIVO DEL DURAZNO REGIÓN LIMA PROVINCIAS					
MATRIZ DE PLANIFICACIÓN					
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1		Lograr una oferta estratégicamente diversificada del durazno, con significativo valor agregado, de calidad y volumen que permita tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.			
ESTRATEGIA N° 1.1: Generar y difundir información actualizada sobre los actores que intervienen en la cadena de durazno de Lima Provincias, y sobre aspectos técnico productivos asociados ha dicho producto.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.1.1	Elaborar un censo y una base de datos de las zonas de producción, organizaciones de productores y procesadores de Lima Provincias.	2007 y actualizaciones permanentes	- Al 2007 se ha completado la Base de Datos.	- Número de productores, organizaciones y procesadores registrados en la Base de Datos.	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE
1.1.2	Acopiar y sistematizar la información recabada en las garitas de control de la Mosca de la Fruta.		- Al 2007 se ha diseñado la base de datos - Al 2008 se implementa la base de datos e iniciado divulgación	- Documento de diseño - Registro electrónico de documentos del archivo documentario	<u>DR Agricultura</u> DR PRODUCE Universidades Institutos ONGs
1.1.3	Elaborar un archivo documentario (incluyendo investigaciones y tesis) sobre los aspectos técnico productivos del durazno.		- Al 2008 se cuenta con un archivo documentario (en físico y electrónico). - Años posteriores dicho archivo se va enriqueciendo.	- Número de documentos que incluye el archivo. - Número de temas y/o aspectos que se recogen en el archivo.	<u>Agencias Agrarias</u> <u>DR Agricultura</u> DR PRODUCE Universidades ONGs
1.1.4	Elaborar una base de datos con los proveedores de bienes y servicios dentro de la cadena de valor del durazno.		- Al 2007 se ha completado la Base de Datos.	- Número de productores, organizaciones y procesadores registrados en la Base de Datos.	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria PRODUCE
ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad de la cadena de valor del durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.2.1	Realizar misiones tecnológicas nacionales (Huaraz) e internacionales (Chile, Argentina, Brasil, España e Italia) de la cadena productiva del durazno.	2008 - 2009	- A partir del 2008, cada año se lleva a cabo 1 misión nacional. - A partir del 2009, cada año se lleva a cabo 1 misión internacional.	- Número de participantes de Lima Provincias en dichas misiones. - Número de sitios visitados.	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Gobiernos Locales PROMELH Universidades
1.2.2	Instalar un Huerto Piloto Demostrativo de producción de Durazno en cada valle productor de la Provincia de Lima.	2008 - 2009	- Al 2008 se ha creado el huerto piloto de Huaura. - Al 2009 se han establecido nuevos Huertos en otras provincias productoras	- Número de Huertos creados. - Número de huertos certificados.	<u>INIA</u> SENASA Comité de Agricultores Gobierno Local
1.2.3	Elaborar un proyecto para el desarrollo de otras especies del durazno adaptables a la Región (material de reproducción, manejo, mayor	2008 – 2009	- Al 2009 se ha elaborado el proyecto.	- Documento del Proyecto.	<u>Mesa de trabajo</u> INIA Viveristas

	producción, un mayor paquete tecnológico).				
1.2.4	Elaborar un proyecto para el desarrollo de nuevos Bancos de Germoplasma.	2009 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2009 se tiene definido el proyecto (que incluye localización, características técnicas, monto de inversión, financiamiento). - Al 2010 se encuentran operando los bancos de germoplasma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del Proyecto - Presupuesto Participativo u otro financiamiento aprobado. - Número de bancos de germoplasma. 	<p>INIA DR Agraria Gobierno Regional ONG</p>
1.2.5	Brindar capacitación y asistencia técnica a los agricultores en manejo de cultivo (poda de árboles viejos, manejo de sombras, abono, deshierbo, densidad, riego)	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 el 50% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. 	<p>INIA DR Agraria SENASA</p>
1.2.6	Brindar capacitación y asistencia técnica a los agricultores en la aplicación de insumos orgánicos y en otras prácticas de cultivo orgánico.	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2009 se ha incrementado en un 20 % la producción orgánica. - En los años sucesivos se incrementa en función a requerimientos de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de agricultores atendidos. 	<p>DR Agraria INIA Mesa de Trabajo Gobierno Regional Gobiernos Locales Administración Técnica de Riego</p>
ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad que respondan a los estándares internacionales.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.3.1	Estandarizar el cultivo y procesamiento del durazno para la obtención de calidades homogéneas.	2008 – 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha constituido el Comité Técnico de Normalización (CTN) del Durazno. - Al 2009 se han elaborado y aprobado las Normas Técnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - CTN del Durazno constituido. - Número de Normas Técnicas aprobadas. 	<p>Mesa de Trabajo DR Agraria PROMELH</p>
1.3.2	Crear Centros de Acopio a lo largo de los corredores estratégicos para el durazno.	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha formulado y aprobado el presupuesto participativo u otro financiamiento para Proyecto de Centros de Acopio. - Al 2009 se inicia la implementación de Centros de Acopio. - Al 2010 se han implementado todos los Centros de Acopio previstos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de Centros de Acopio. - Número de provincias y distritos que cuentan con Centros de Acopio. 	<p>Gobierno Regional Gobiernos Locales FONCODES DR Agraria</p>
1.3.3	Desarrollar cursos sobre Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	2008 – 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha preparado el material de capacitación sobre BPA en la cadena del durazno. - Al 2008 se ha ejecutado el 30% de los programas previstos - Al 2011 se ha ejecutado el 100%. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos del material de capacitación. - Número de temas que se incluyen en los cursos. - Número de cursos brindados. - Número de beneficiarios que reciben los cursos. 	<p>Comité Gestión de la Calidad (INIA) MINAG DR Agraria PRONAMACHS</p>

1.3.4	Desarrollar cursos sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).	2008 – 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha preparado el material de capacitación sobre BPM en la cadena de durazno. - Al 2009 se ha ejecutado el 30% de los cursos previstos. - Al 2011 se ha ejecutado el 100% de los cursos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos del material de capacitación. - Número de temas que se incluyen en los cursos. - Número de cursos brindados. - Número de beneficiarios que reciben los cursos. 	<u>PRODUCE</u> DR Agraria SENASA PROMELH
1.3.5	Brindar capacitación y asistencia técnica para el control y manejo de plagas (y enfermedades).	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 el 50% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los agricultores han recibido capacitación y asistencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. - Porcentaje de agricultores que aplica en el Manejo Integrado de Plagas (MIP). 	<u>DR Agraria</u> SENASA ONGs PRONAMACHCS
1.3.6	Ampliar las acciones de monitoreo para evaluar la incidencia de plagas y enfermedades.	2007 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - A partir del 2008 se ha incrementado cada año el 30% de las áreas intervenidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de hectáreas intervenidas. 	<u>SENASA</u> INIA
ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de investigación de la Región, y orientarla a la atención de las necesidades de los productores y procesadores.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.4.1	Elaborar un estudio para ampliación de frontera agrícola.	2007 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha elaborado el estudio de ampliación de la frontera agrícola. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del Estudio. - Número de provincias y distritos que incluye la ampliación. - Número de hectáreas que incluye la ampliación. - Número de nuevos productores que incluye la ampliación. 	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional DR Agraria Junta de Regantes
1.4.2	Alianzas estratégicas con los Centros de Investigación, las Universidades, Institutos técnicos y centros de investigación con los productores de Durazno	2007 al 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha establecido dos Convenios y al 2008 dos más. - Al 2010 se han ejecutado cinco investigaciones sobre Durazno 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de Convenios - Número de investigaciones 	<u>Mesa de Trabajo</u> INIA Universidades Institutos técnicos ONG
1.4.3	Elaborar la Ficha Técnica del durazno y sus derivados (néctar, mermelada, saborizante, etc).	2007 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha caracterizado el durazno en Lima Provincias y elaborado su correspondiente ficha técnica. - Al 2008 se ha caracterizado los 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de Fichas Técnicas. 	<u>Mesa de Trabajo</u> Universidades ONG

			derivados del durazno y elaborado sus correspondientes Fichas Técnicas.		
ESTRATEGIA N° 1.5: Promover el desarrollo de los productos derivados del durazno: néctar, mermelada, harina, saborizantes, etc					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.5.1	Brindar capacitación y asistencia técnica a productores y procesadores en prácticas adecuadas de tratamiento post cosecha y acopio eficiente, así como en criterios precisos de control de la calidad.	2008 – 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 el 50% de los productores y procesadores han recibido capacitación y asistencia técnica. - Al 2010 el 80% de los productores y procesadores han recibido capacitación y asistencia técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos de la capacitación y asistencia técnica. - Número de cursos y/o programas de capacitación y asistencia técnica. - Número de beneficiarios que reciben capacitación y asistencia técnica. - Número de provincias y distritos atendidos. 	<u>INIA</u> DR Agraria PRODUCE ONG
1.5.2	Elaborar un proyecto para la instalación de una planta procesadora de durazno.	2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha formulado el proyecto de inversión que incluye un plan de negocios 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del proyecto de inversión y plan de negocios. 	<u>Gobierno Regional</u> PROMELH Asociaciones de Productores DR Agraria PRODUCE
1.5.3	Instalar una planta procesadora de derivados de durazno, con infraestructura adecuada para la selección, transformación, etc.	2009 -2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2010 ha iniciado sus operaciones una planta procesadora de durazno 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de productos derivados - Número de cajas procesadas por día 	DR Agraria PRODUCE
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2		Diversificar y consolidar la presencia del durazno de Lima Provincias y productos derivados en los mercados de destino priorizados.			
ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada sobre la oferta y demanda del durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.1.1	Diseñar y establecer un Sistema Regional Integrado de Información para el desarrollo exportador del durazno.	2008 y actualizaciones permanentes	<ul style="list-style-type: none"> - El 2008 se ha diseñado e implementado el Sistema que incluye los siguientes módulos: (i) Base de datos de criadores, procesadores y organizaciones asociativas; (ii) Nivel y tendencias de producción y exportación; (iii) Relación de proveedores de bienes y servicios de las cadenas de exportación; (iv) Información técnica sobre crianzas y procesamiento; (v) Oferta exportable de la Región; (vi) Mercados internacionales; (vii) Marco legal y administrativo relacionado al proceso de exportación, 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de diseño del Sistema. - Número de instituciones integrantes del sistema (generación y sistematización de información). - Número de medios de difusión del Sistema. - Número de usuarios del Sistema. 	<u>Mesa de Trabajo</u> Organizaciones de productores CICDA DR Agraria PRODUCE DIRCETUR INIA Universidades
2.1.2	Conformar un Comité Técnico sobre Mercados en	2007 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha constituido Comité 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de reconocimiento 	<u>Mesa de Trabajo</u>

	la Mesa de Trabajo del Durazno.		Técnico sobre Mercados, y se ha establecido el Plan Operativo Anual para el siguiente año. - A partir del 2008 se ejecutan los Planes Operativos elaborados el año anterior y se preparan los Planes del año siguiente.	del Comité - Número de integrantes del Comité - Número de actividades coordinadas o ejecutadas por el Comité, en el marco del Plan Operativo.	
2.1.3	Elaborar estudios de mercado para aquellos países (Estados Unidos, Japón, Ecuador y Bolivia) que puedan ser posibles destinos para la oferta exportable del durazno de Lima Provincias.	2008 - 2011	- A partir del 2008 se han realizado dos estudios de mercado por año y se han definido estrategias comerciales para abordar dichos mercados.	- Documentos de los Estudios de Mercado. - Documentos de Diseño de las Estrategias Comerciales por país.	PROMPEX DIRCETUR Comité Técnico de Mercado de la Mesa de Trabajo
2.1.4	Realizar el monitoreo de los mercados del durazno orgánico y del comercio justo.	2008 – 2011	- A partir del 2008 cada año se ha emitido por lo menos un reporte sobre la situación de dichos mercados.	- Número de reportes	Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo PROMPEX DIRCETUR
2.1.5	Realizar seguimiento y monitoreo a la producción y exportaciones de otras regiones del Perú (Huaraz) y de países competidores (Brasil, Chile, Argentina, España Italia) con la oferta exportable de Lima Provincias.	2008 - 2011	- A partir del 2008 se emiten dos veces al año reportes de inteligencia de mercados.	- Número de reportes. - Número de regiones y/o países a los que se realiza monitoreo.	Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo PROMPEX DIRCETUR
ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores institucionales de la Región respecto al mercado y ampliar su capacidad de gestión comercial internacional.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.2.1	Capacitar a los productores y procesadores de durazno en la búsqueda e interpretación de información de mercados.	2008	- Al 2008 se ha realizado un curso de capacitación a productores y procesadores, acerca de la búsqueda e interpretación de información de mercados.	- Documentos de contenidos del curso de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron el curso.	PROMPEX MINCETUR DIRCETUR
2.2.2	Emitir opinión sobre las Negociaciones Internacionales de acuerdos comerciales, Codex Alimentarius y otros temas relacionados al acceso a los mercados internacionales.	2008 - 2011	- Al 2008 los organismos centrales responsables de las Negociaciones Internacionales han incluido al CERX en la relación de organizaciones de consulta. - Al 2011 se ha informado a las autoridades sobre problemas de acceso a los mercados y se ha emitido opinión en el 100% de las comunicaciones recibidas por escrito.	- Número de comunicaciones informando sobre problemas de acceso a los mercados internacionales. - Número de opiniones o posiciones emitidas.	Mesa de Trabajo DIRCETUR MINCETUR M RR.EE. PRODUCE MINAG DIGESA SENASA
2.2.3	Establecer relaciones de cooperación y alianzas estratégicas con empresas importadoras y distribuidoras de los países que demandan durazno y sus derivados.	2008 - 2011	- Al 2011 el 50% de las empresas exportadoras de la Región han establecido alianzas estratégicas con algún comprador nacional y/o extranjero.	- Número de acuerdos, convenios o contratos con socios comerciales nacionales e internacionales. - Número de empresas de la	CEPICAFÉ PIDECAFE

				Región que han firmado dichos acuerdos.	
2.2.4	Desarrollar un Programa de capacitación y asesoría, orientado a productores y procesadores, sobre técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha diseñado el Programa de Capacitación y se ha puesto en marcha. - Al 2009 se han llevado a cabo talleres sobre técnicas de negociación y establecimiento de contratos a nivel internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del diseño del Programa de Capacitación. - Documentos de contenidos de los talleres. - Número de talleres. - Número de participantes en los talleres. 	PROMPEX MM.RR.EE MINCETUR
ESTRATEGIA N° 2.3: Promover la oferta exportable del durazno de Lima Provincias en los mercados internacionales, proyectando una imagen de diferenciación de dicho productos y sus derivados.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
2.3.1	Desarrollar una política de mercadeo ante los compradores internacionales, en base a diferentes tipos de productos: durazno de calidad, durazno orgánico en base a la producción certificada de un grupo de productores, durazno destinado al mercado del comercio justo.	2007 - 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha realizado un análisis de las principales formas de mercadeo de las principales empresa exitosas y se desarrollan estrategias - Al 2008 se desarrollan planes para implementar dichas estrategias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del estudio de las principales empresas. - Número de estrategias que se desarrollan en los planes. 	Gobierno Regional Mesa de Trabajo Empresas procesadoras exportadoras
2.3.2	Diseñar e implementar una página web para promover la oferta exportable de durazno de Lima Provincias, y difundirla a través del Portal Regional, el SIICEX y otros canales.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha iniciado la difusión de la oferta exportable del durazno de la Región a través de una página web. 	<ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Número de visitas a la página. 	DIRCETUR CERX Mesa de Trabajo
2.3.3	Realizar un informe técnico sobre signos distintivos (denominación de origen y otros) para el durazno de Lima Provincias.	2008 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se dispone de un informe que define cuales son los signos distintivos más convenientes para el durazno. - Al 2010 se ha implementado por lo menos un signo distintivo recomendado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del Informe técnico. - Documento de aprobación del signo distintivo. - Número de signos distintivos implementados. 	DIRCETUR CERX Mesa de Trabajo SIICEX INDECOPI
2.3.4	Diseñar y editar un Catalogo virtual e impreso, en varios idiomas, de la oferta Regional del durazno.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se cuenta con un Catálogo virtual - Al 2009 se cuenta con un Catálogo impreso 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiraje de la impresión del Catálogo impreso 	Mesa de Trabajo CERX Mesa de Trabajo DIRCETUR
2.3.5	Participar en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales, <i>show rooms</i> , y otras actividades de Promoción Comercial del durazno y sus productos derivados.	2008 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 por lo menos una empresa procesadora exportadora participa en un evento internacional. - Al 2010 el 80% de las empresas procesadoras exportadoras participan en un evento internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de eventos de promoción comercial en los que se ha participado. - Número de empresas participantes. 	DIRCETUR PROMPEX MM. RR.EE PROMELH
2.3.6	Difundir en el exterior las ventajas del durazno y la oferta exportable de Lima Provincias coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en el exterior.	2008 - 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre el durazno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos de información. - Número de delegaciones diplomáticas informadas. 	M. RR.EE. Mesa de Trabajo
2.3.7	Participar en concursos internacionales de calidad del durazno.	2008 - 2010	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2010 se ha participado por lo menos una vez en un concurso internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de concursos - Número de reconocimientos a la calidad 	Mesa de Trabajo Gobierno Regional DIRCETUR

OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3		Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de durazno y sus derivados, y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.			
ESTRATEGIA N° 3.1: Implementar mecanismos de concertación entre el sector público y privado, y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los negocios agrarios de la sierra y al desarrollo articulado de la cadena del durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.1.1	Elaborar un diagnóstico de las políticas, funciones y capacidades de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales que puedan dar soporte al desarrollo de la cadena del durazno de Lima Provincias.	2008	- Al 2008 se conocen las funciones y capacidades de las instituciones públicas y privadas que pueden dar soporte a la cadena del durazno.	- Documento de Diagnóstico. - Número de instituciones públicas que pueden dar soporte a la cadena de durazno.	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional DIRCETUR
3.1.2	Establecer Acuerdos de Competitividad de la Cadena de Durazno de Lima Provincias, tomando como referencia el resultado de la actividad 3.1.1.	2008 – 2011	- Al 2008 se ha diseñado el mecanismo de Acuerdos de Competitividad, que establece los compromisos del Estado y de los agentes económicos para el desarrollo de las cadenas de exportación del durazno. - Al 2011 se han firmado por lo menos 5 Acuerdos de Competitividad.	- Documento de diseño del Mecanismo de Acuerdo de Competitividad. - Número de Acuerdos de Competitividad - Número de instituciones públicas y privadas participantes en dichos Acuerdos. - Número de organizaciones de productores y de empresas procesadoras participantes en dichos Acuerdos.	<u>CNC</u> Gobierno Regional MINCETUR MINAG PRODUCE Mesa de Trabajo PROMELH Asociaciones de productores
ESTRATEGIA N° 3.2: Mejorar las condiciones de comunicación vial e infraestructura en las zonas de producción de durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.2.1	Elaborar un diagnóstico sobre la situación de la conexión vial entre las zonas de producción de durazno y los principales corredores viales y, en base a ello, elaborar propuestas para su mejora.	2007	- Al 2007 se ha elaborado el diagnóstico y la propuesta de mejoramiento de la infraestructura vial de las zonas de producción de durazno.	- Documento de Diagnóstico. - Documento de Propuesta de mejora.	DR Transp. Y Com. DR Agraria
3.2.2	Incorporar en el presupuesto participativo del Gobierno Regional y Gobiernos locales la mejora de los accesos viales según documento generado en la actividad 3.2.1.	2007 - 2011	- Al 2008 se ha incluido en el Plan Vial de la Región algunas de las propuestas de mejoramiento. - En los años siguientes se han incluido en los Planes Viales el resto de propuestas de mejora.	- Número de propuestas y/o proyectos ejecutados. - Monto de presupuesto destinado a implementar las mejoras propuestas.	<u>Gobierno Regional</u> <u>Gobiernos locales</u>
3.2.3	Ampliar, mejorar y mantener la infraestructura de riego, y construir sistemas de drenaje agrícola.	2008 - 2011	- Al 2008 se ha priorizado los proyectos para mejorar sistemas de riego y drenaje. - Al 2011 se han ejecutado los proyectos en un 50 %.	- Número de proyectos. - Recursos destinados a los proyectos - % de avance de los proyectos	<u>Gobierno Regional</u> MINAG DR Agraria Junta de Regantes Administración técnica de Riego

ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena exportadora del durazno de Lima Provincias.				
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.3.1	Elaborar y actualizar una base de datos de fuentes de financiamiento retornable y no retornable.	2007	- Al 2007 se ha elaborado la base de datos que es parte del módulo de proveedores del Sistema de Regional Integrado de Información (actividad 2.1.1).	- Número de fuentes de financiamiento registradas. <u>Mesa de Trabajo</u> ONGs APCI
3.3.2	Coordinar con dichas fuentes de financiamiento la canalización de recursos a los actores de las cadenas de exportación.	2007 - 2011	- Al 2007 se han establecido mecanismos de coordinación con las principales fuentes de financiamiento en la Región. - Al 2011 se han incrementado las fuentes de financiamiento presentes en la región, - Al 2011 se han incrementado el porcentaje de productores de durazno y procesadores que acceden a préstamos en un 50%.	- Número de productores de durazno y procesadores que acceden a préstamos en la Región. - Monto de créditos otorgados a los productores de durazno y a los procesadores. <u>Mesa de Trabajo</u> MINAG AGROBANCO
3.3.3	Evaluar la posibilidad de entregar certificados de propiedad de la tierra para acceso a crédito.	2008	- Al 2008 se ha realizado un estudio legal, en coordinación con PETT sobre la posibilidad de certificados de posesión de tierras, para los pequeños productores.	- Documento del Estudio Legal. - Número de reuniones de coordinación <u>Mesa de Trabajo</u> INRENA MINAG AGROBANCO
3.3.4	Elaborar y difundir entre los actores de las cadenas exportadoras, una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso.	2007 - 2008	- Al 2008 se ha elaborado la Guía Básica y se ha difundido. - Al 2008 se han realizado 2 talleres de capacitación sobre instrumentos financieros y requisitos de acceso.	- Documento de la Guía. - Tiraje de la impresión del documento. - Número de talleres realizados. - Número de asistentes a dichos talleres. <u>Cámara de Comercio</u> CERX Gobierno Regional
3.3.5	Gestionar el financiamiento para la inversión de la planta procesadora de durazno, en base a lo establecido en la actividad 1.5.2.	2008 -2009	- Al 2008 se ha obtenido el financiamiento para instalar las plantas procesadora.	- Monto del financiamiento. <u>Gobierno Regional</u> Gobiernos Locales
ESTRATEGIA N° 3. 4: Facilitar el acceso de productores y procesadores a registros, certificaciones y autorizaciones.				
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.4.1	Capacitar y asesorar para la formalización de las unidades productivas rurales y urbanas.	2008	- Al 2008 se han realizado cursos de capacitación sobre aspectos legales, administrativos y tributarios de las unidades productivas.	- Documento de contenido de los Cursos. - Número de Cursos. - Número de personas/empresas asesoradas. <u>MINAG</u> DR Agraria SUNAT
3.4.2	Facilitar el registro de las variedades de durazno resultantes del ejecución del proyecto de desarrollo durazno (actividad 1.2.3).	2009 - 2010	- Al 2008 INDECOPI ha revisado el régimen actual de registro de variedades para garantizar la propiedad	- Porcentaje de reducción del costo de registro. - Número de días de <u>INDECOPI</u> PRODUCE

			del conocimiento tradicional, así como la investigación y el desarrollo de variedades.	procedimiento de aprobación. - Número de variedades registradas.	
3.4.3	Facilitar la certificación orgánica de áreas de cultivo, empezando por aquellos productores que respondan a los criterios de producción orgánica.	2007 - 2010	- Al 2007 se ha diseñado y aprobado un mecanismo que facilita financiamiento para cubrir la certificación. - Al 2010 las áreas certificadas son acordes a las necesidades que existen para satisfacer demanda internacional de durazno orgánico.	- Línea de Crédito puesta a disposición. - Número de hectáreas certificadas.	MINAG AGROBANCO
3.4.4	Reglamentar la producción orgánica del durazno.	2007 - 2008	- Al 2008 se ha realizado un estudio de las principales normas internacionales que se aplican para la producción orgánica mundial y se definen las que serán implementadas en la Normatividad del Durazno Orgánico.	- Número de Normas consultadas - Documento de estudio. - Documento de la Norma Nacional para el cultivo de durazno orgánico.	SENASA MINAG
OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 4		Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.			
ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan Operativo (POP), su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la cadena del durazno en Lima Provincias.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.1.1	Conformar la Mesa de Trabajo para que lidere la ejecución del Plan Operativo del durazno.	2007	- Al 2007 se ha reconocido a la Mesa de Trabajo del durazno - Al 2007 se ha diseñado la metodología de evaluación del desempeño de la Mesa de Trabajo y a partir del 2008 se aplica la evaluación.	- Número de Mesas de Trabajo. - Documento de diseño de la metodología de evaluación de desempeño de la Mesa de Trabajo. - Red electrónica para seguimiento del desempeño de la Mesa de Trabajo.	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo MINCETUR CNC
4.1.2	Realizar la evaluación y monitoreo de la ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	- Desde el 2007 se realiza la evaluación y el monitoreo de la ejecución del Plan Operativo.	- Informes de evaluación y monitoreo	<u>Mesa de Trabajo</u> CERX MINCETUR MINAG PRODUCE
ESTRATEGIA N° 4.2: Fortalecer la asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio de la cadena exportadora del durazno, formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.2.1	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre la constitución y gestión de organizaciones asociativas.	2008 - 2009	- Al 2008 se ha capacitado y asesorado en gestión de organizaciones asociativas. - Al 2011 el 70% de asociaciones tienen Planes Operativos en ejecución.	- Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional Gobiernos Locales MINCETUR MINAG

				<ul style="list-style-type: none"> recibieron la capacitación. - Documentos de Planes Operativos. 	
4.2.2	Capacitar y asesorar a los productores y procesadores sobre los mecanismos de articulación de cadenas de exportación,	2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se ha capacitado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron la capacitación. 	<u>CERX</u> Mesa de Trabajo MINCETUR DIRCETUR
4.2.3	Impulsar el establecimiento de un Pacto social entre productores, procesadores y empresas exportadoras de la Región.	2008	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 se han definido las bases del Pacto Social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de organizaciones de productores, procesadores y empresas exportadoras participantes en el Pacto. - Número de acuerdos entre las instituciones que forman el Pacto. 	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional Organizaciones de productores Empresas procesadoras Empresas exportadoras
4.2.4	Capacitar a los productores, procesadores y empresas exportadoras en instrumentos de gestión.	2008 – 2009	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2008 los productores y procesadores han recibido capacitación en Planes de Negocios. - Al 2008 los productores y procesadores han recibido capacitación en Gestión de Negocios de producción primaria. - Al 2009 las empresas exportadoras han recibido capacitación sobre gestión de empresas industriales. - Al 2009 los productores y empresas exportadoras han recibido capacitación sobre Buenas Prácticas Comerciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de contenido de la capacitación. - Número de talleres de capacitación. - Número de beneficiarios que recibieron la capacitación. 	<u>CERX</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo APPDURAZNO Universidades
4.2.5	Realizar un Concurso para incentivar entre los productores, procesadores y empresas exportadoras, las mejoras tecnológicas y la innovación productiva y comercial.	2007 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se diseña el concurso y se busca fuentes de financiamiento. - Al 2008 se realiza la primera versión del Concurso, y los años siguientes se replica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento del diseño del Concurso. - Documento de Convocatoria y Bases. - Número de propuestas recibidas. - Número de iniciativas premiadas. 	<u>Gobierno Regional</u> DR Agraria PRODUCE DIRCETUR
ESTRATEGIA N° 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora de durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.3.1	Elaborar y difundir periódicamente artículos y notas de prensa sobre la producción, procesamiento y exportación del durazno de Lima Provincias y sobre los avances de la ejecución del Plan Operativo.	2007 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Al 2007 se ha definido la política de difusión de la Mesa de Trabajo y se ha iniciado la difusión de información por medios masivos de la Región. 	<ul style="list-style-type: none"> - Documento de política de difusión. - Número de artículos y notas de prensa. 	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR
4.3.2	Organizar periódicamente visitas de campo de las	2009 - 2011	<ul style="list-style-type: none"> - A partir del 2009 se han realizado 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de visitas. 	<u>Mesa de Trabajo</u>

	principales autoridades y representantes de la sociedad civil, a los campos de cultivo, huertos modelo y plantas de procesamiento.		anualmente visitas a los campos de cultivo, Huertos modelo y plantas de procesamiento.	- Número de visitantes.	DIRCETUR
4.3.3	Promover la formulación y ejecución de Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos (PIGARS) y realizar campañas de concientización entre la población en relación a la adecuada disposición de la basura para el cuidado del medio ambiente.	2008 - 2009	- Al 2008 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de todos los Gobiernos Locales.	- Número de gobiernos locales con Planes Integrales de Gestión de Residuos Sólidos (PIGARS). - Porcentaje de avance de los planes.	<u>Mesa de trabajo</u> Gobierno Regional Gobiernos Locales
4.3.4	Concientizar y capacitar a la población en técnicas de conservación del medio ambiente y de la biodiversidad.	2007 – 2010	- Al 2007 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de todos los Gobiernos Locales.	- Porcentaje de población sensibilizada.	<u>Cooperativas</u>
ESTRATEGIA N° 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la Región para que satisfagan los requerimientos de la cadena del durazno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
4.4.1	Formar como promotores de exportación de durazno a profesionales y técnicos que pertenezcan a organizaciones de Promoción y Desarrollo productivo y empresarial de Lima Provincias.	2008	- Al 2008 se han formado 15 promotores de exportación de durazno.	- Número de promotores formados.	<u>PROMPEX</u> DIRCETUR CERX ONG
4.4.2	Organizar Congresos Anuales Nacionales y Regionales sobre el durazno.	2008 - 2010	- A partir del 2008 se realiza un Congreso Regional y/o Nacional cada año.	- Número de Congresos. - Número de participantes. - Número de ponencias.	<u>Universidades</u> Gobierno Regional ONG PROMELH
4.4.3	Elaborar e incorporar contenidos sobre el durazno y la producción orgánica en la currícula de los colegios de la Región.	2008 - 2009	- Al 2008 se ha incorporado en la currícula secundaria temas relacionados a los aspectos históricos, biológicos, agronómicos, industriales y económicos del durazno.	- Documento de contenidos. - Aprobación por las autoridades educativas de la Región.	<u>DR de Educación</u> Gobierno Regional DIRCETUR
4.4.4	Incorporar cátedras especializadas en durazno, producción orgánica y agronegocios de exportación en las carreras de Administración y Agroindustrias de las Universidades e Institutos Tecnológicos de Lima Provincias.	2008 - 2009	- Al 2009 se ha incorporado en la currícula de las Universidades e Institutos las cátedras sobre el durazno.	- Documento de contenidos. - Aprobación por las autoridades universitarias.	<u>Universidades</u> DIRCETUR MINCETUR Gobierno Regional
4.4.5	Difundir entre la población los beneficios y propiedades que tiene el durazno, así como sus usos alternativos para fomentar el consumo interno de la Región	2007 - 2011	- Al 2007 se ha diseñado y dado inicio a la campaña para la población y se ha logrado el compromiso de todos los Gobiernos Locales.	- Porcentaje de población sensibilizada.	<u>Gobierno Regional</u> Gobiernos Locales DR Agraria Comités de productores

1. Bibliografía

- Estadísticas de PROMPEX: PrompexStat. Varios Años.
<http://www.prompex.gob.pe/stat/>
- Estadísticas de Comercio Exterior. UN Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade). 2000-2004.
<http://unstats.un.org/unsd/comtrade/>
- FAOSTAT. FAO Dirección de Estadística 2006
<http://faostat.fao.org/faostat/>
- SISAGRI. Ministerio de Agricultura. Perú.
- <http://frenteweb.minag.gob.pe/sisagri/>
- Perspectivas a Plazo Medio de los Productos Básicos Agrícolas. Proyecciones al Año 2010. Documentos de la FAO sobre Productos Básicos y Comercio. FAO. Roma 2004.
<http://www.fao.org/docrep/007/y5143s/y5143s13.htm>
- El melocotonero en España: situación y perspectivas. M^a Luisa Badenes. Instituto Valenciano De Investigaciones Agrarias. 2000
- Perú: Analysts' View on Agroindustry and Agroexport – 2002. Dirección de Promoción Estratégica. Proinversión. Lima, 2002.
- El Cultivo del Durazno en Honduras. (Prunus Persicae Miller) .El Diamante de las Frutas Tropicales. Centro Experimental “Dr. Jesús Aguilar Paz” La Fe, Ilama, Santa Bárbara; Julio 2002
- Promoviendo la Agroindustria de frutas: Durazno Huayco presenta adecuadas características para su procesamiento en pulpa. DGPA-MINAG. www.minag.gob.pe

CUADROS ANEXOS

Cuadro Anexo 1. Dinámica de la Producción mundial de Durazno y nectarinas en los principales países productores

país	Año (miles de toneladas)						Tasa Crec %
	2000	2001	2002	2003	2004	%	2000-2005
China	3,852	4,586	5,260	6,179	5,829	38.0	11.9
Italia	1,655	1,708	1,587	1,176	1,710	11.1	-3.0
USA	1,412	1,342	1,422	1,390	1,430	9.3	0.6
España	1,130	1,082	1,276	1,271	917	6.0	-2.5
Grecia	950	943	687	228	791	5.2	-16.4
Francia	481	458	455	347	397	2.6	-6.4
Irán, Rep Islám	350	380	385	390	390	2.5	2.5
Turquía	430	460	455	470	372	2.4	-2.6
Egipto	240	247	339	303	361	2.4	10.7
Chile	260	290	293	304	311	2.0	4.1
Argentina	210	258	212	256	272	1.8	5.3
Brasil	182	223	218	220	236	1.5	5.1
Sudáfrica	223	174	218	292	226	1.5	5.6
México	147	176	198	224	202	1.3	9.1
Perú	37	36	40	38	36	0.2	0.0
Otros	3,175	1,622	1,734	1,767	1,876	12.2	-9.2
Total	14,735	13,986	14,779	14,855	15,356	100.0	1.4

Fuente: FAOSTAT

Elaborado por SASE-KIPU Internacional

Cuadro Anexo 2. Dinámica de las importaciones en los principales países Importadores.

Producto: 080930 - Duraznos, incluidos los griñones y nectarinas, frescos

País importador	Año (millones de USD)							Tasa Crec %
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	2000-2005
Alemania	215	245	216	302	272	268	20.0	5
Francia	69	90	81	149	137	151	11.2	18
Reino Unido	106	108	109	122	113	113	8.4	2
Italia	49	53	55	130	76	88	6.6	15
USA	60	73	77	78	85	84	6.3	6
Canadá	47	52	60	59	64	74	5.5	9
Fed. Rusa	12	19	27	25	46	62	4.6	36
Bélgica	34	41	38	61	56	61	4.6	13
Polonia	24	26	27	31	40	54	4.0	17
Holanda	28	26	30	45	42	50	3.7	14
Suiza	30	34	33	48	41	43	3.2	8
Austria	21	23	21	29	25	31	2.3	7
Mexico	25	31	33	37	29	27	2.0	1
Rep. Checa	11	13	18	16	15	27	2.0	15
Otros	125	141	154	185	180	208	15.5	
Total	857	972	977	1,317	1,222	1,341	100	10

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

Cuadro Anexo 3. Dinámica de las importaciones en los principales países Importadores

Producto: 200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los grifones

País importador	Año (millones de USD)							Tasa Crec % 2000-2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	
Alemania	60	64	66	89	105	87	14.7	11
Japón	68	61	57	56	59	61	10.3	-2
USA	32	33	50	41	48	53	8.9	11
Mexico	34	30	38	42	46	38	6.4	6
Francia	24	22	21	26	33	36	6.1	10
Reino Unido	33	23	22	29	33	32	5.4	3
Tailandia	1	4	12	9	21	25	4.3	84
Canada	18	16	17	19	19	22	3.7	5
Polonia	11	13	15	17	19	20	3.3	13
Holanda	13	12	15	17	19	16	2.7	8
Bélgica	11	12	13	17	18	16	2.6	10
Italia	16	16	22	25	19	14	2.3	-1
Fed. Rusa	2	5	7	10	8	12	2.0	35
Portugal	6	6	8	10	10	10	1.7	14
Otros	95	93	112	149	152	150	25.5	
Total	424	409	475	558	608	590	100	9

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

Cuadro Anexo 4. Dinámica de las importaciones en los principales países Importadores

Producto: 081290 - Los demás frutas y frutos conservados provisionalmente

País importador	Año (millones de USD)							Tasa Crec % 2000-2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	
Japón	87.2	67.0	53.3	49.6	41.9	31.1	31.4	-17
Francia	0.4	0.7	1.6	1.8	8.0	24.4	24.6	121
Reino Unido	16.6	15.8	16.6	14.5	15.8	15.3	15.4	-1
Portugal	2.8	2.6	3.8	3.7	3.8	3.6	3.6	7
España	0.8	1.4	1.8	3.9	3.9	3.4	3.4	37
Italia	0.6	1.6	1.5	2.3	2.4	2.3	2.3	26
Alemania	2.5	3.0	3.4	3.9	3.6	2.2	2.2	0
USA	2.5	2.7	2.0	2.1	2.5	2.1	2.2	-3
Canada	3.1	2.9	3.8	2.4	1.9	1.9	1.9	-11
Austria	1.9	2.1	2.1	3.2	3.6	1.7	1.7	4
Holanda	1.9	1.1	0.5	0.7	1.1	1.3	1.4	-4
Irlanda	0.6	0.5	0.6	1.2	1.1	1.0	1.0	19
Rumanía	0.0	0.0	0.2	0.3	0.7	0.9	0.9	198
Tailandia	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.7	0.7	160
Otros	10.8	5.7	9.8	10.4	10.4	7.3	7.3	
Total	131.9	106.9	100.9	100.3	101.1	99.2	100	-4

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

Cuadro Anexo 5. Dinámica de las importaciones en los principales países Exportadores

Producto: 200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y

País Exportador	Año (millones de US \$)							Tasa Crec % 2000-2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	
Grecia	204	195	215	144	152	202	32.8	-3
Sudafrica	34	34	38	62	68	64	10.4	18
China	33	35	37	61	57	62	10.1	16
España	43	47	57	97	83	59	9.6	12
Chile	31	32	29	43	53	53	8.6	14
Tailandia	0.1	6	13	19	32	38	6.1	158
Alemania	18	22	20	22	35	35	5.6	15
USA	15	11	13	34	32	25	4.0	21
Italia	18	18	19	22	22	17	2.7	1
Argentina	1	2	7	19	18	12	2.0	74
Australia	11	9	13	19	9	7	1.2	-6
Holanda	4	3	4	6	9	7	1.2	19
Francia	8	6	4	6	9	6	1.0	0
Peru	0.000	0.000	0.001	0.004	0.001	0.001	0.0	89
Otros	16	14	19	27	27	30	4.8	
Total	437	433	491	581	606	616	100	9

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

Cuadro Anexo 6. Dinámica de las importaciones en los principales países Exportadores

Producto: 081290 - Los demás frutas y frutos conservados provisionalmente

País Exportador	Año (millones de US \$)							Tasa Crec % 2000-2005
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%	
China	30	37	35	45	42	44	55.5	8
España	4	6	9	12	12	9	11.5	18
India	62	56	67	10	8	5	6.8	-44
Israel	5	5	4	3	4	4	4.8	-8
Reino Unido	0	2	1	2	2	2	2.9	38
Tailandia	1	0	0	0	2	2	2.2	36
Holanda	0	0	0	0	1	2	2.0	68
Bélgica	3	2	3	3	3	1	1.6	-8
Irlanda	0	0				1	1.5	
USA	3	2	1	1	1	1	1.4	-16
Italia	1	1	1	1	1	1	1.1	9
Brasil	2	1	0	1	1	1	1.0	-3
Grecia	0	0	0	0	1	1	0.9	28
Peru	0.13	0.00			0.00	0.00	0.0	
Otros	20	13	19	18	24	5	6.8	
Total	131	125	140	97	100	80	100	-10

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

Cuadro Anexo 7. Dinámica de las importaciones y sus abastecedores.

Producto: 200870 - Preparaciones de Duraznos (melocotones), incluidos los griñones y nectarina

Valores e Indicadores	Mdo de destino 2005	Países proveedores				
		1	2	3	4	
	Reino Unido	Grecia	Sudafrica	España	Alemania	Holanda
millones \$	31.6	16.2	6.0	4.2	1.5	1.0
Particip %	100.0	51.3	19.0	13.4	4.7	3.2
Crec % Prom *	3.4	-8.0	38.9	13.9		
	Holanda	Alemania	Grecia	Sudafrica	Italia	Bélgica
millones \$	16.1	3.4	3.4	2.5	2.2	1.9
Particip %	100.0	21.4	21.1	15.6	13.9	11.6
Crec % Prom *	7.6	7.3	15.0	-6.9		
	Bélgica	Grecia	Alemania	España	Francia	Sudafrica
millones \$	15.6	5.3	2.7	2.1	1.7	1.2
Particip %	100.0	33.7	17.6	13.6	10.6	7.9
Crec % Prom *	10.1	-2.9	12.2	21.3	15.3	33.9

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu

(*) Tasa anual promedio de crecimiento 2000-2005

PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DEL DURAZNO DE LIMA PROVINCIAS

- Equipo Consultor del Consorcio SASE-KIPU
 - Fernando Villarán, Asesor Técnico, Presidente de SASE
 - Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo, Gerente de KIPU Internacional
 - Vilma Gómez Galarza
 - Jessica Agüero Rosales