

# MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

## Planes Operativos de Productos Seleccionados

### POP's



### Región Junín



Octubre - 2005

## Índice

### Planes Operativos de Productos Seleccionados de la Región Junín

1.	INTRODUCCIÓN .....	2
2.	PLAN OPERATIVO DE LA ALCACHOFA .....	3
2.1.	Diamante de la Competitividad de la Alcachofa .....	3
2.2.	Análisis FODA .....	17
2.3.	Visión .....	18
2.4.	Valores.....	18
2.5.	Objetivos estratégicos .....	20
2.6.	Matriz del Plan Operativo de la Alcachofa .....	21

## **1. INTRODUCCIÓN**

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

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

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

## **2. PLAN OPERATIVO DE LA ALCACHOFA**

### **2.1. Diamante de la Competitividad de la Alcachofa**

Uno de los objetivos planteados para reactivar la agricultura y la agroindustria nacional, es enfrentar decididamente la baja rentabilidad y competitividad de este sector de nuestra economía. Para lograrlo, debemos impulsar a las unidades productivas nacionales hacia la competitividad, especialmente al pequeño productor, con la finalidad de alcanzar mejoras progresivas en su productividad y en la disminución de los costos de producción, con orientación a la generación de productos con alto valor agregado.

Durante los últimos años, la actividad agrícola en la región de Junín se ha convertido en una de las más importantes. Sin embargo, no ha sido atendida adecuadamente, a pesar de ser una fuente de generación de trabajo masivo.

En la actualidad, la agricultura y agroindustria de exportación se han convertido en una posibilidad de incremento de los ingresos del país, por su efecto dinámico y multiplicador. La agroexportación es vista como una de las principales alternativas de desarrollo nacional, especialmente del sector agrícola.

La alcachofa (*Cynara Scolymus*) viene siendo considerada como un cultivo de producción y de agro exportación en el país, debido a la gran demanda existente en el exterior, especialmente en Europa y Estados Unidos.

De manera particular, analizaremos el caso de la alcachofa producida en la región Junín, dado que la misma, al igual que las variedades producidas en la costa peruana, ha logrado introducirse y posicionarse en el mercado internacional.

La alcachofa, oriunda del Mediterráneo (norte de Africa), probablemente llegó al Perú introducida por familias italianas o sacerdotes franciscanos. Es una hortaliza de bajo contenido calórico y alta proporción de fibra, además de un

exquisito sabor, considerada, al igual que el espárrago como una hortaliza gourmet

La parte comestible de la alcachofa, está formada por las bases tiernas e internas de los pétalos de esta hortaliza, así como la base desde la cual nacen las flores. Su consumo se da tanto en estado fresco como industrializado en conservas, con diferentes presentaciones. Es un cultivo perenne, que se cultiva en muchos valles de Ica, Lima, La Libertad, Junín, Huancavelica, Ayacucho, entre otros. En Junín, los valles de Concepción, Chupaca, Jauja y Huancayo, son ideales para este cultivo, en los cuales predomina la producción de la alcachofa criolla, con espinas.

**DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD DE LA ALCACHOFA - JUNIN**

**Gobierno:**

- + Interés del Gobierno Regional para apoyar actividad agraria y agroindustrial
- + Instituciones del Estado que apoyan en promoción y asesoramiento del cultivo
- + Disposición del Gobierno Regional de impulsar el POP de la alcachofa
- + ATPDEA. ACE con Chile, SGP con la UE
- + Próxima firma de Tratados de Libre Comercio
- Engorrosos trámites administrativos para registro de tierras

**CONDICIONES DE LOS FACTORES:**

**Básicos**

- + Diversidad de pisos ecológicos.
- + Cultivo que se adapta a microclima del valle del Mantaro
- + Abundancia de mano de obra.
- + Disponibilidad de recursos naturales
- + Producto de mejor calidad que el de la costa
- + Buena ubicación geográfica de zonas productoras
- Recurso hídrico parcialmente contaminado en la Región
- Fraccionamiento de los terrenos

**ALTO**

**Avanzados**

- + Existencia de infraestructura y tecnología de riego
- + Productores alcachofas s/espinas practican técnicas post-cosecha
- + Experiencia en cultivo
- + Existencia plantas procesadoras
- Productores alcachofas c/espinas no practican técnicas post-cosecha
- Cultivo exigente en nutrientes
- Baja producción
- Falta plantas procesamiento en frío

**BAJO**

**ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD:**

- + Productores agrarios organizados.
- + Presencia de empresas exportadoras en la región.
- + Exportadores compiten por materia prima.
- + Apoyo del exportador al productor.
- + Alto nivel de competencia.
- + Existen estrategias para consolidar oferta.
- Muchos pequeños productores.
- Informalidad de algunos productores.
- Deficiencia en gerencias de empresas constituidas.
- Resistencia de algunos productores a organizarse.
- Carencia de cultura exportadora del productor.

**BAJO**

**CONDICIONES DE LA DEMANDA:**

- + Existe mercado en Europa y USA.
- + Oferta exportable reconocida a nivel internacional.
- + Demanda externa exigente para exportar
- + Exportador requiere producto de calidad
- + Se satisface demanda local con producción.
- + Crecimiento constante de la demanda.
- + Presencia en mercados externos.
- Competencia cercana: Chile.

**ALTO**

**CASUALIDAD:**

- + Incremento de la demanda.
- Tendencia del agricultor al uso indiscriminado de plaguicidas
- Fluctuaciones climatológicas
- Contaminación.

**INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO:**

- + Existen programas de asistencia técnica especializada, para manejo de cultivo, cosecha y post-cosecha.
- + Alianza estratégica organizada. Contratos Productor-Exportador. Articulación con productores de Huancavelica.
- + Proveedores de insumos competitivos.
- + Semillas de calidad Importadas.
- Servicios de capacitación escasos.
- Escasa oferta de servicios logísticos.
- Falta de servicios de capacitación permanente.

**MEDIO**



**a) Condiciones de los factores<sup>1</sup>**

**Factores Básicos**

El valle del Mantaro en la región Junín tiene adecuadas condiciones para el cultivo de alcachofas. Tiene una posición geográfica privilegiada, con abundante riqueza natural. Cuenta con un conjunto de condiciones climáticas que la hace ideal para la producción constante de dicho producto. La alcachofa es un cultivo que se ha adaptado excelentemente al microclima del valle del Mantaro, rico en recursos hídricos, especialmente en la provincia de Concepción.

Pero a pesar de esta riqueza en el recurso agua, en los últimos años, la actividad de las empresas mineras asentadas a orillas de los ríos y lagunas de la región ha ido contaminando sus aguas en algunos sectores, causando en muchos casos la muerte de toda forma de vida e impidiendo que la producción de alcachofas de la región para exportación sea mayor en los último años.

Existen muchos otros aspectos de los factores básicos que debemos considerar para el éxito del cultivo de la alcachofa en la región: la disponibilidad de mano de obra suficiente, la ubicación geográfica de las zonas productoras relativamente cercanas a la capital, especialmente al puerto del Callao y al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, y excelentes condiciones climáticas, son factores favorables para el cultivo de esta especie.

---

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

### **Factores Avanzados**

La alcachofa se ha venido desarrollando desde hace muchos años especialmente en la variedad criolla, con espinas. Es un cultivo que requiere de mucha agua y fertilización para llegar a un rendimiento adecuado. La región Junín cuenta con infraestructura de riego que permite su desarrollo.

A pesar que el valle del Mantaro tiene características especiales que lo hacen adecuado para siembra y producción, lamentablemente, muestra algunas limitaciones en cuanto a la articulación con el mercado, lo cual no permite el desarrollo tecnológico del productor de la región y mejorar con ello la calidad de sus productos y ser competitivo.

Parte de la producción agrícola de Junín no se realiza de manera planificada, ni considerando los factores de mercado existentes, poniendo de manifiesto poco acceso a la información. Además, los productores no articulados dentro de este sector, desarrollan sus cultivos en función a la disponibilidad de recursos, lo cual da como resultado final sobreproducción de algunos cultivos y escasez de otros.

El valle del Mantaro, si bien cuenta con una buena infraestructura de riego, lamentablemente, parte de los sistemas de riego empleados se realizan con sistemas erosivos. De otro lado, no existen centros de acopio que permitan el almacenamiento óptimo de los cultivos.

Es necesario resaltar que para el caso particular del cultivo de la alcachofa, el manejo post cosecha y el transporte es uno de los inconvenientes que se presentan en la producción de la región, dado que los costos operativos son altos respecto del precio del producto.

**b) Estrategia, estructura y rivalidad<sup>2</sup>**

La región se caracteriza por contar con muchos pequeños productores en el sector agrario. La atomización de los predios es uno de los grandes inconvenientes que tienen que afrontar los procesadores y exportadores de alcachofas, pues plantea el reto de uniformizar la producción con fines de conseguir materia prima acorde con las exigencias del mercado. Este escollo está siendo superado, con gran esfuerzo por parte de los procesadores y exportadores, apoyando con asistencia técnica y económica a los productores. Con ello, han logrado cierta normalización de la producción que les permite satisfacer los requerimientos del exterior.

El agricultor de la región, al igual que gran parte de los agricultores nacionales, es muy renuente a cambiar de cultivo, lo cual, inicialmente, fue otro inconveniente para su desarrollo exportador, pues siendo un cultivo nuevo, fue difícil su aceptación inicial por los agricultores. De acuerdo a información recibida, el agricultor espera a ver el resultado del cultivo en terrenos de otro para arriesgarse a invertir en uno nuevo. La desconfianza, el temor a invertir, es una característica del productor.

Sin embargo pese a las barreras iniciales, la gran demanda de alcachofa de exportación ha incrementado el interés del agricultor y productor regional para invertir en este nuevo cultivo.

La presencia de empresas procesadoras y exportadoras en la región, ha logrado que el nivel de productividad y calidad del producto final, mejore sostenidamente. Los requerimientos de materia prima para el procesamiento y la exportación, han obligado a estas empresas a apoyar la gestión de los agricultores, con asistencia técnica (cultivo, cosecha y post cosecha) y financiera para la adquisición de semillas y plaguicidas, así como con herramientas para el cuidado del cultivo.

---

<sup>2</sup> Este determinante de la competitividad se refiere al contexto en el que se crean, articulan, gestionan y operan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre ellas.

Sin embargo, el nivel de informalidad existente en la región es todavía muy alto. Inclusive existe resistencia por parte del agricultor para organizarse y conformar asociaciones que le permitan acceder a los beneficios del trabajo organizado.

### c) Condiciones de la demanda<sup>3</sup>

La producción mundial de alcachofas se concentra principalmente en Italia y España, que componen el 60% de la producción mundial; el Perú solo representa el 1% de la producción mundial, pero ha mantenido un crecimiento anual de 25%.

Producción Mundial de Alcachofas						
	2000	2001	2002	2003	2004	% Mundo 2004
Italia	512,946	505,378	455,653	390,680	489,349	37
España	290,189	277,377	289,417	252,900	299,800	23
Argentina	85,000	85,000	86,000	88,000	88,000	7
Egipto	87,968	65,255	65,000	65,000	65,000	5
Francia	63,605	59,479	71,735	50,297	56,485	4
Marruecos	40,680	44,500	43,520	50,270	53,770	4
China	31,000	36,000	43,000	45,000	52,000	4
EEUU	45,900	45,360	42,770	45,720	37,420	3
Argelia	39,480	35,207	34,449	35,000	35,000	3
Grecia	31,000	35,000	35,000	38,000	35,000	3
Turquía	24,500	26,500	27,000	28,000	28,000	2
Chile	23,900	24,650	25,000	25,500	26,000	2
Irán	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	1
Perú	4,310	6,772	8,406	9,940	10,000	1
Siria	5,355	5,708	6,285	6,285	6,285	0
Otros	34,466	40,600	37,402	30,602	35,702	3
<b>Mundo</b>	<b>1,330,299</b>	<b>1,302,786</b>	<b>1,280,637</b>	<b>1,171,194</b>	<b>1,327,811</b>	

Fuente: FAO

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

Perú es el sexto país a nivel mundial en productividad (Kg./ha), siendo superado por Líbano, Chipre, Argentina, Egipto y Marruecos.

<sup>3</sup> Si bien Porter en su explicación del diamante en relación a este determinante está dirigida a la demanda interna, en este caso el análisis se circunscribe al estado actual y a las proyecciones de la demanda externa de los productos identificados como principales, ya que el enfoque del PERX es facilitar el desarrollo exportador de la región.

La variedad más comercial para el mercado de frescos es la Green Globe, de tamaño grande, en forma de globo, color verde y sin espinas.

La exportación de producto fresco todavía no logra la importancia que tienen las exportaciones de alcachofas en conservas, pero es un mercado bastante interesante que requiere de mayores inversiones. La producción de alcachofas para exportación en fresco está limitada por carecer de tecnología post cosecha y de la infraestructura adecuada para su almacenamiento y transporte oportuno a los mercados internacionales.

En las diferentes presentaciones del producto procesado, las mejores alternativas para exportación son los mercados de Europa, especialmente el mercado español, donde se viene logrando buenos resultados.

Asimismo el cambio de hábitos de consumo de la alcachofa ha originado modificaciones en la producción y exportación de este cultivo en nuestro país a fin de satisfacer los requerimientos del mercado. Es importante rescatar que el consumidor final ha dejado de ver a esta hortaliza como un producto que conforma parte de las comidas exóticas y lo está incorporando dentro de su dieta habitual, como el brócoli, la coliflor o los espárragos.

A nivel mundial los países que más producen alcachofas son Italia, España, Francia, Estados Unidos, Argentina y Chile. En Europa, la demanda presenta buenas oportunidades para el producto en fresco, aunque como ya hemos señalado, no se exporta de manera intensiva en nuestro país, así como para el producto en conservas.

A nivel de América, el principal país importador es Estados Unidos, que además concentra producción para el consumo local en el estado de California. En el país, en especial en la región Junín, se vienen sembrando variedades tipo “globo” los que son industrializados en enlatados, congelados, marinados y en aceite.

Definir la demanda nacional, resulta muy difícil, considerando que no existen estadísticas de producción ni consumo de este cultivo. Lo que puede afirmarse de manera preliminar es que el mercado nacional tiene preferencia por el consumo de las alcachofas criollas, de fondo o con espinas. Las alcachofas sin espinas, las llamadas de corazón, son poco conocidas en nuestro mercado.

Para Junín el gran mercado de las alcachofas con espinas es la ciudad de Lima, comercializándose directamente al mercado mayorista o a intermediarios que trabajan directamente con cadenas de supermercados.

Para efectos de este análisis nos concentraremos en la comercialización de las alcachofas en conservas, dado que las exportaciones nacionales del producto fresco aún son muy incipientes.

Las exportaciones nacionales de alcachofas en conservas, incluyendo las variedades con y sin espinas, han tenido un crecimiento muy importante durante el año 2004, llegando a superar toda expectativa. Comparando las cifras de ese año con el año anterior, las exportaciones de este producto presentaron un incremento de 206%, con una cifra record cercana a los US\$ 22 millones. Si comparamos esa cifra con las exportaciones nacionales del producto realizadas en el año 2001, podemos concluir que las mismas han crecido 24 veces en ese período, mostrando una acelerada progresión.

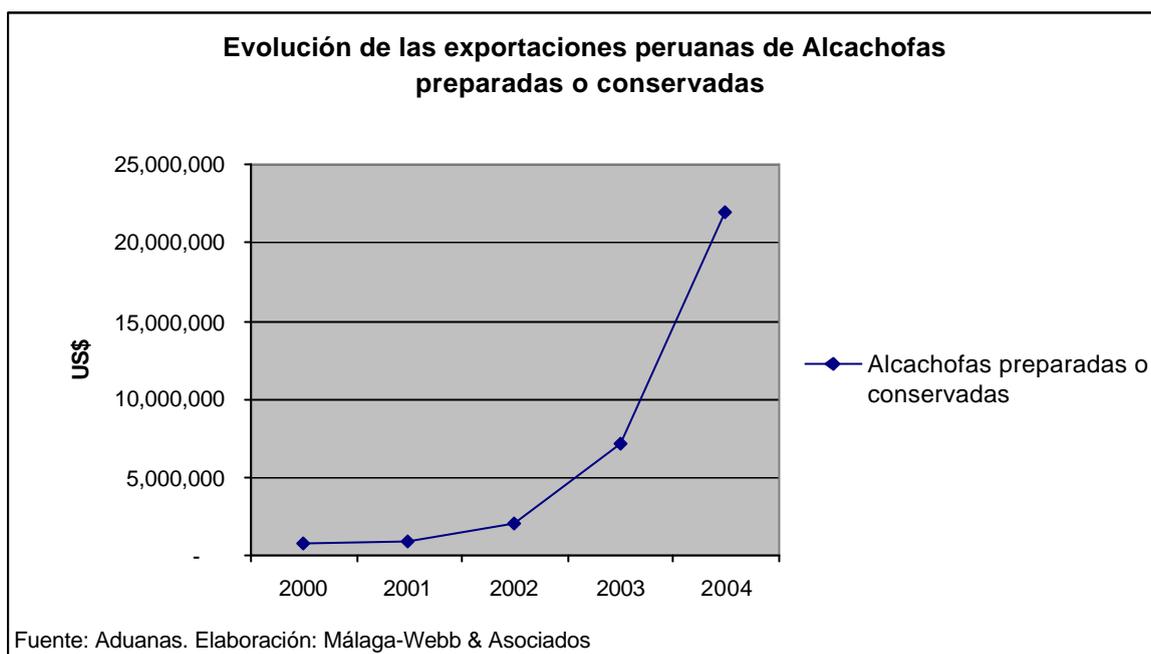
### Evolución de las exportaciones peruanas de Alcachofas prep. o conservadas

	2000	2001	2002	2003	2004
Alcachofas preparadas o conservadas	819,249	868,230	2,111,047	7,180,137	21,993,535
<b>Total</b>	<b>819,249</b>	<b>868,229</b>	<b>2,111,047</b>	<b>7,180,137</b>	<b>21,993,535</b>

Fuente: Aduanas

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

La razón que explica este comportamiento radica en la calidad del producto nacional, el esfuerzo de los productores peruanos para realizar inversiones compartiendo riesgos con socios internacionales y al aumento de los precios de producción a nivel mundial.



**Principales empresas exportadoras de alcachofas preparadas o conservadas producidas en Junín**

	<b>2003</b>	<b>2004</b>
	<b>US \$</b>	<b>US \$</b>
Camposol SA		75,950
Procesadora SAC	41,087	65,604
<b>Total Junín</b>	<b>41,087</b>	<b>141,554</b>
Total Nacional	7,180,137	21,993,535
% de Junín	0.6%	0.6%

Fuente: Aduanas

Elaboración: Málaga - Webb & Asociados

De acuerdo a los registros, las empresas Camposol S.A. y Procesadora S.A.C. han exportado producto originario de la región Junín, por un total anual de US\$ 141.5 mil, representando el 0.6% del total nacional exportado. Hay que tener en cuenta que las cifras indicadas no muestran la totalidad de las exportaciones realizadas desde Junín, con productos originarios de la región, pues parte de las exportaciones nacionales se han realizado con producción de Junín, pero se han registrado como originarias de otras regiones.

## POP's – Junín

Los principales países de destino de nuestras exportaciones en el año 2004 fueron: Estados Unidos, con 44% de embarques adquiridos y representando US\$ 9.6 millones de exportación; España, abarcando 31% de embarques y bordeando los US\$ 6.7 millones; Francia, con 17% y US\$ 3.7 millones.

Exportaciones por país de destino Sub Partida Nacional 2005.90.10.00 Alcachofas (Alcauciles) preparadas o conservadas, sin congelar								
País	2001		2002		2003		2004	
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%
ESTADOS UNIDOS	132,665	15.28	808,580	38.30	2,610,669	36.36	9,624,483	43.76
ESPAÑA	446,290	51.40	925,046	43.82	2,349,759	32.73	6,734,235	30.62
FRANCIA	129,265	14.89	58,028	2.75	1,521,275	21.19	3,724,882	16.94
PAISES BAJOS	75,480	8.69	166,342	7.88	181,156	2.52	0	0.00
ALEMANIA	65,746	7.57	78,845	3.73	307,266	4.28	545,063	2.48
AUSTRALIA	0	0.00	0	0.00	0	0.00	371,886	1.69
OTROS	18,784	2.16	74,207	3.52	210,012	2.92	992,986	4.51
<b>TOTAL</b>	<b>868,230</b>	<b>100.00</b>	<b>2,111,048</b>	<b>100.00</b>	<b>7,180,137</b>	<b>100.00</b>	<b>21,993,535</b>	<b>100.00</b>

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

El siguiente cuadro, muestra los principales exportadores de alcachofas en conservas de nuestro país, en los últimos 4 años. El mayor exportador durante el 2004 fue Trillium Agro del Perú S.A. abarcando el 46% de nuestras exportaciones, manteniéndose en la misma ubicación durante el año 2003. Dampier Trujillo S.A.C. ocupa el segundo lugar en exportaciones durante el 2004 con cerca del 18% de nuestras exportaciones y un valor FOB exportado de US\$ 3.88 millones. Camposol S.A. está ubicada en el tercer puesto de nuestras exportaciones, habiendo despachado US\$ 3.87 millones.

## POP's – Junín

Exportaciones por empresas exportadoras									
Sub Partida Nacional 2005.90.10.00									
Alcachofas (Alcauciles) preparadas o conservadas, sin congelar									
Pais	2001		2002		2003		2004		
	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%	FOB US\$	%	
TRILLIUM AGRO DEL PERU	0	0.00	73,836	3.50	3,915,258	54.53	10,043,598	45.67	
DANPER TRUJILLO	51,170	5.89	130,013	6.16	1,449,202	20.18	3,884,957	17.66	
CAMPOSOL	0	0.00	0	0.00	457,313	6.37	3,870,343	17.60	
AGRO INDUSTRIAS BACKUS	0	0.00	134,120	6.35	34,742	0.48	1,122,312	5.10	
MENDAVIA	142,064	16.36	539,706	25.57	939,886	13.09	858,059	3.90	
AGROINDUSTRIAS JOSYMAR	27,526	3.17	34,571	1.64	162,553	2.26	777,487	3.54	
I Q F DEL PERU	55,850	6.43	86,788	4.11	64,881	0.90	687,419	3.13	
PROCESADORA	43,505	5.01	83,849	3.97	99,757	1.39	392,040	1.78	
INTI AGRO	0	0.00	0	0.00	0	0.00	133,343	0.61	
SOCIEDAD AGRICOLA VIRU	548,070	63.13	1,025,628	48.58	0	0.00	0	0.00	
TAL S.A.	0	0.00	0	0.00	22,795	0.32	0	0.00	
OTROS	44	0.01	2,536	0.12	33,749	0.47	223,977	1.02	
<b>TOTAL</b>	<b>868,229</b>	<b>100</b>	<b>2,111,047</b>	<b>100</b>	<b>7,180,136</b>	<b>100</b>	<b>21,993,535</b>	<b>100</b>	

Fuente: ADEXDATATRADE

Elaboración: Málaga-Webb & Asociados

El análisis de las operaciones de exportación e importación a nivel internacional, permitirá ver el potencial de este producto para nuestro país. Debemos manifestar una salvedad sobre las cifras estadísticas analizadas. Estas incluyen las exportaciones e importaciones de todas las demás legumbres y hortalizas en conservas, no sólo los datos de las alcachofas, incluye productos como la col de Bruselas, brócoli, coliflor, entre otros, excluyendo información de otras variedades como son las arvejas, frijoles, etc.,

Las importaciones mundiales de las demás legumbres y hortalizas en conservas durante el 2003 se acercaron a los US\$ 1,500 millones, con un crecimiento de 16% sobre las importaciones del año anterior, siendo Japón con el 22.67% de las compras mundiales del producto y cerca de US\$ 334 millones de importación, el principal país comprador.

**Importaciones Mundiales**  
**Las demás legumbres u hortalizas y las mezclas de hortalizas y/o legumbres preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético**  
**Cifras en Miles de US\$**

P.A.: 200590

País importador	Total Importado en 2003	Crecimiento anual en valor 1999 - 2003	Crecimiento anual en valor 2002 - 2003	Participación en las importaciones mundiales
Estimación Mundo	1,471,917	6%	16%	100%
Japón	333,673	5%	16%	23%
Estados Unidos	218,196	1%	7%	15%
Alemania	157,907	5%	10%	11%
Reino Unido	104,874	13%	26%	7%
Francia	94,838	15%	32%	6%
Bélgica	74,109	11%	29%	5%
<b>Sub Total</b>	<b>983,597</b>			<b>67%</b>
<b>Otros Países</b>	<b>488,320</b>			<b>33%</b>

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaboración: Málaga - Webb &amp; Asociados

Siguen a Japón en escala por volumen de importación de estos productos: Estados Unidos, con una participación de 15% de las compras internacionales y más de US\$ 218 millones en embarques recibidos; en tercer lugar debemos mencionar a Alemania quien también es un excelente mercado para estos productos, habiendo importado cerca de US\$158 millones, alcanzando una participación del 11% de las importaciones mundiales. En el período comprendido entre 1999 y el 2003, las importaciones mundiales crecieron de manera constante, en promedio 6% por año.

**Principales países importadores de las demás legumbres u hortalizas**  
**(en miles de US \$)**

País Importador	2000	2001	2002	2003	Crec 03-02
EEUU	187,331	190,914	204,074	218,196	6.9%
Alemania	115,457	133,239	144,191	157,907	9.5%
Reino Unido	59,133	67,587	83,497	104,874	25.6%
Francia	51,008	56,481	72,008	94,838	31.7%
Canadá	57,462	67,671	62,703	54,899	-12.4%
Italia	21,159	22,730	22,317	32,426	45.3%
Australia	12,420	11,317	12,423	16,867	35.8%
Corea del Sur	3,879	3,406	4,379	15,380	251.2%
Suiza	8,875	8,937	11,142	13,153	18.0%
Austria	7,137	9,560	10,043	12,683	26.3%
Otros	585,599	592,084	648,270	750,694	15.8%
<b>Total</b>	<b>1,109,460</b>	<b>1,163,926</b>	<b>1,275,047</b>	<b>1,471,917</b>	<b>16.0%</b>

Fuente: Cámara de Comercio Internacional

Elaboración: Málaga - Webb &amp; Asociados

Las exportaciones a nivel internacional de las demás legumbres y hortalizas en conservas llegaron a US\$ 1,510 millones, con un crecimiento de 20% sobre las exportaciones mundiales efectuadas en el año 2002 (aproximadamente US\$ 1,200 millones), habiendo logrado una tasa de crecimiento sostenida promedio mundial de 7% en el período 1999 y 2003.

El procesamiento de la alcachofa tiene algunos segmentos de mercado que se deben analizar. La exportación de alcachofas bebés (baby artichokes) podría ser muy atractiva para los exportadores peruanos, especialmente si consideramos que el precio por esta variedad es mayor al que se paga por el resto de presentaciones de la alcachofa.

#### **d) Industrias Relacionadas y de Apoyo<sup>4</sup>**

Las principales empresas exportadoras de alcachofas de nuestro país, tales como Procesadora S.A., Camposol S.A., TALSA, Agroindustrias del Mantaro, que han establecido su actividad en la región Junín, han firmado contratos con productores locales a quienes proveen de insumos para la producción, aportan tecnología, e inclusive avalan créditos que los agricultores solicitan para financiar sus cultivos.

Con estas empresas laborando en la región, los agricultores pueden contar con asistencia técnica permanente, lo que les garantiza una mayor productividad y rentabilidad a su cultivo.

La mayoría de los insumos empleados para la siembra, cultivo, cosecha y tratamiento post cosecha de la alcachofa, son provistos desde Lima y parte desde la misma región.

---

<sup>4</sup> En este determinante se toman en consideración aquellos proveedores o industrias vinculadas que complementan el desarrollo y la operatividad de un sector, las cuales tienen que ser competitivos. Específicamente, se refiere a aquellas empresas que suministran insumos, comparten tecnologías comunes, canales de distribución, productos complementarios, clientes y servicios.

Es innegable, como hemos observado para el universo de la región, que la falta de servicios adecuados de transporte, así como el mal estado de las vías de comunicación, hacia y desde las diferentes zonas de producción de la región, es uno de los impedimentos para el óptimo desarrollo de esta actividad y para su diversificación en otras presentaciones, como la alcachofa fresca.

#### **e) Gobierno y casualidad<sup>5</sup>**

La actual vigencia del ATPDEA y el Sistema General de Preferencias Andino, permiten que la alcachofa procesada ingrese al mercado de los Estados Unidos y la Unión Europea, sin el pago de derechos arancelarios a la importación. Asimismo la próxima firma de los tratados de libre comercio con Estados Unidos, Tailandia, entre otros, serviría para que los exportadores puedan seguir invirtiendo en este cultivo de mucha proyección.

Resulta de vital importancia, considerando que el cultivo de la alcachofa depende básicamente del recurso hídrico, que los niveles de contaminación en la región sean estrechamente vigilados, a fin de no perjudicar a este sector de gran potencial para la economía de Junín.

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

### **2.2. Análisis FODA**

Los resultados del análisis FODA fueron obtenidos a través del análisis de competitividad y de la realización del taller de planeamiento estratégico llevado a cabo los días 08,09 y 10 de junio del 2005 en Huancayo y validado el día 12 de agosto por los actores regionales.

---

<sup>5</sup> Según Porter, los cuatro determinantes de la ventaja competitiva de una nación o actividad económica se complementan con dos elementos adicionales: La influencia del "gobierno" y las incidencias del entorno denominadas "casualidad".

<b>Fortalezas</b>
F1. Experiencia y vocación en el cultivo de alcachofa. F2. Producción permanente todo el año. F3. La diversidad de pisos ecológicos. F4. Disponibilidad de recursos naturales, agua, tierra y clima adecuados para el cultivo de la alcachofa. F5. La existencia de plantas procesadoras en la región. F6. Experiencia exportadora exitosa. F7. Cercanía al puerto del Callao, punto de exportación de alcachofas.

<b>Debilidades</b>
D1. La débil organización de productores. D2. Bajos niveles de producción y productividad. D3. Fraccionamiento del predio agrícola o unidad agropecuaria. D4. Limitada capacitación técnica y de gestión empresarial. D5. Infraestructura hidráulica obsoleta y deficitaria. D6. Recurso hídrico contaminado en la región.

<b>Oportunidades</b>
O1. Crecimiento del consumo mundial de productos verdes. O2. Los tratados Internacionales, TLC, ATPDEA, MERCOSUR, NAFTA y ALADI. O3. Hay una demanda creciente insatisfecha. O4. Encarecimiento de la mano de obra en el extranjero. O5. Beneficios aduaneros drawback, exoneración, I.G.V. O6. La Cooperación Técnica Internacional. O7. Existencia de instituciones públicas y privadas que realizan asistencia técnica y capacitación.

<b>Amenazas</b>
A1. Competencia externa. A2. Inestabilidad política, económica y social. A3. Cambios climáticos. A4. Presencia de plagas y enfermedades.

### **2.3. Visión**

“Junín líder mundial en producción y exportación de alcachofas con valor agregado”.

### **2.4. Valores**

Se presentan los alcances de cada uno de los valores seleccionados por el grupo que participó en el taller para elaborar el PERX, los que constituyen la

plataforma de valores compartidos, entendido como el conjunto de normas, preceptos, patrones políticos, morales y sociales que caracterizan la cultura exportadora de la Región Junín, los cuales deben guiar la conducta de los actores involucrados.

### **Honestidad**

Valor que se manifiesta en buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas. Es honesto el que no miente, no roba y no engaña. Este valor es la base para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y credibilidad.

### **Responsabilidad**

Valor que significa hacerse cargo de las consecuencias de las palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos. La responsabilidad tiene efecto directo sobre otro valor fundamental: la confianza. Es un signo de madurez. Es clave para el cumplimiento de planes y acuerdos. Es importante para fortalecer las cadenas productivas.

### **Liderazgo**

Se define como la conducción o dirección de un grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. Líder es la persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.

### **Disciplina**

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

### **Excelencia**

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

### **Solidaridad**

Es la adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros, asumiendo como propia, una gestión ajena.

## 2.5. Objetivos estratégicos

<b>Objetivo estratégico 1 .</b>	Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.
<b>Objetivo estratégico 2.</b>	Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.
<b>Objetivo estratégico 3</b>	Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.

## 2.6. Matriz del Plan Operativo de la Alcachofa

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1:</b> Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
<b>ACTIVIDAD # 1:</b> Promover y fortalecer la organización de productores y cadenas productivas de alcachofa de la región.				
<b>Indicador de logro:</b>		Productores organizados		
<b>Indicador de avance:</b>		Al 2007 la totalidad de productores de la región está organizado		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Elaborar el diagnóstico situacional de los productores.	Obtención de un inventario de potenciales productores y actividad productiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2005, contar con un documento de diagnóstico situacional del cultivo de alcachofa en la región Junín.</li> </ul>	<u>Secretaría Técnica de la Cadena productiva de Alcachofa</u> Asociación de Productores APOVAM MINAG CESEM CARITAS INIEA SENASA Universidades
T2	Sensibilizar y fomentar la organización entre los productores e industriales exportadores.	Generar mayor número de organizaciones sólidas de productores, con mayores volúmenes de exportación en conjunto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006, el 100% de productores sensibilizados y capacitados.</li> <li>En el 2007, el 100% de productores organizados.</li> </ul>	<u>Secretaría Técnica de la Cadena productiva de Alcachofa</u> Asociación de Productores APOVAM MINAG CESEM CARITAS INIEA SENASA Universidades
T3	Formalizar a los productores.	Tener capacidad de negociación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2008, el 100% de organizaciones de productores formalizados.</li> </ul>	<u>Secretaría Técnica de la Cadena productiva de Alcachofa</u> Asociación de Productores APOVAM MINAG CESEM CARITAS

POP's - Junín

---

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1:</b> Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
<b>ACTIVIDAD # 1:</b> Promover y fortalecer la organización de productores y cadenas productivas de alcachofa de la región.				
<b>Indicador de logro:</b>	Productores organizados			
<b>Indicador de avance:</b>	Al 2007 la totalidad de productores de la región está organizado			
<b>TAREAS</b>		<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>RESPONSABLES</b>
				INIEA SENASA Universidades

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

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1:</b> Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
<b>ACTIVIDAD # 2:</b> Fomentar el uso de tecnologías adecuadas.				
<b>Indicador de logro:</b>	La Cadena productiva utiliza tecnología de punta.			
<b>Indicador de avance:</b>	Contar con módulo piloto con tecnología de punta en el 2007.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Generar y adaptar nuevas tecnologías de producción de alcachofas de acuerdo a las condiciones de la región Junín.	Elevar la producción y productividad de la alcachofa a nivel regional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006, tener un estudio hidrogeológico de la región y un paquete tecnológico del cultivo de alcachofa.</li> <li>En el 2007, contar con un módulo piloto (10 ha) con tecnología productiva de punta.</li> </ul>	<u>INIEA</u> Asociación de Productores ASPAH APHOVAM MINAG CESEM CARITAS SENASA Universidades
T2	Transferir nueva tecnología a productores organizados.	Productores capacitados con nuevas tecnologías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006, el 50% de productores capacitados en el uso de nuevas tecnologías.</li> <li>En el 2007, el 75% de productores capacitados en el uso de nuevas tecnologías.</li> <li>En el 2008, el 100% de productores capacitados en el uso de nuevas tecnologías.</li> </ul>	<u>Gremios Empresariales</u> Asociación de Productores ASPAH APHOVAM MINAG CESEM CARITAS INIEA SENASA Universidades
T3	Adquirir o crear nuevas tecnologías para dar valor agregado a la alcachofa.	Mejorar la rentabilidad de la cadena productiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006, contar con un nuevo producto exportable.</li> </ul>	<u>Gremios Empresariales</u> Asociación de Productores ASPAH APHOVAM MINAG CESEM CARITAS INIEA

POP's - Junín

---

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1:</b> Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
<b>ACTIVIDAD # 2:</b> Fomentar el uso de tecnologías adecuadas.				
<b>Indicador de logro:</b>	La Cadena productiva utiliza tecnología de punta.			
<b>Indicador de avance:</b>	Contar con módulo piloto con tecnología de punta en el 2007.			
<b>TAREAS</b>		<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>RESPONSABLES</b>
				SENASA Universidades

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1:</b> Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
<b>ACTIVIDAD # 3:</b> Mejorar la productividad, calidad y competitividad de la cadena productiva de la alcachofa.				
<b>Indicador de logro:</b>	Presencia de productos regionales competitivos en el mercado internacional			
<b>Indicador de avance:</b>	Incremento en los contratos generados por la cadena productiva de la alcachofa.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Transferir conocimientos de gestión de la calidad.	Asumir una cultura de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007, un 25% de productores mantienen su contrato.</li> <li>En el 2009, el 50% más de productores mantienen su contrato.</li> <li>En el 2011, el 100% de productores mantienen su contrato.</li> </ul>	<u>Empresas Exportadoras</u> Gobierno Regional PROMPEX Cámara de Comercio MINAG PROMPYME ONGs
T2	Capacitar en gestión de costos de producción.	Gestionar adecuadamente los costos del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007, el 50% de productores gestionan adecuadamente los costos.</li> <li>En el 2009, el 75% de productores gestionan adecuadamente sus costos.</li> <li>En el 2011, el 100% de productores gestionan adecuadamente sus costos.</li> </ul>	<u>Empresas Exportadoras</u> Gobierno Regional PROMPEX Cámara de Comercio MINAG Produce
T3	Difundir y aplicar normas técnicas de calidad.	Utilizar las normas técnicas internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007, el 50% de productores implementan el BPA y BPM<sup>6</sup>.</li> <li>En el 2009, el 75% de productores implementan el BPA y BPM.</li> <li>En el 2011, el 100% de productores implementan el BPA y BPM.</li> </ul>	<u>Empresas Exportadoras</u> Gobierno Regional <u>PROMPEX</u> MINCETUR

<sup>6</sup> BPA: Buena prácticas ambientales. BPM: buenas prácticas de manufactura

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2:</b> Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
<b>ACTIVIDAD # 1:</b> Investigar el mercado externo.				
<b>Indicador de logro:</b>		Consolidar el conocimiento y manejo de información de mercados internacionales		
<b>Indicador de avance:</b>		Priorización de mercados al 2006.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Realizar estudios de mercado para alcachofas.	Tener información actualizada de mercados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 identificar dos nuevos mercados.</li> </ul>	<u>PROMPEX</u> DIRCETUR Gobierno Regional Cámara de Comercio Productores ONG's PROMPYME
T2	Participar en ferias y misiones comerciales internacionales.	Tener contactos comerciales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 asistir a dos ferias internacionales anuales.</li> <li>En el 2007 asistir a cuatro ferias internacionales anuales.</li> <li>En el 2008 asistir a cuatro ferias internacionales anuales.</li> </ul>	<u>PROMPEX</u> DIRCETUR RREE Gobierno Regional Cámara de Comercio Productores ONG's
T3	Generar estrategias locales de exportación.	Contar con un plan maestro que oriente los esfuerzos comerciales del sector.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 tener un plan operativo de exportación específico a un mercado.</li> </ul>	<u>Universidades</u> Institutos tecnológicos ADEX DIRCETUR PROMPEX Gobierno Regional Cámara de Comercio Productores

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2:</b> Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
<b>ACTIVIDAD # 2:</b> Consolidar la presencia de la alcachofa en el mercado internacional.				
<b>Indicador de logro:</b>	Reconocimiento de la marca Alcachofa de los Andes Peruanos a nivel internacional.			
<b>Indicador de avance:</b>	Registro de la marca			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Posicionar la marca "Alcachofa de los andes peruanos".	Diferenciar la alcachofa serrana de la costeña (denominación de origen).	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2010 tener una marca reconocida internacionalmente.</li> </ul>	<u>Asociaciones de procesadores</u> Gobierno Regional PROMPEX DIRCETUR <u>Cámara de Comercio</u> INDECOPI
T2	Normalizar los procesos de producción de la "alcachofa peruana".	Tener productos estandarizados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 tener la aprobación de una norma técnica.</li> </ul>	<u>Asociaciones de procesadores</u> Gobierno Regional PROMPEX DIRCETUR Cámara de Comercio MINAG
T3	Fomentar la gastronomía peruana a base de alcachofa en el exterior.	Desarrollar mercados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2008 se exportan dos productos nuevos con valor agregado.</li> </ul>	PROMPEX Gobierno Regional DIRCETUR <u>Asociaciones de procesadores</u> Cámara de Comercio

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2:</b> Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
<b>ACTIVIDAD # 3:</b> Promover la certificación de empresas.				
<b>Indicador de logro:</b>	Las empresas cumplen con las certificaciones que exigen los principales destinos comerciales			
<b>Indicador de avance:</b>	Al 2009, 40% de los exportadores han certificado sus productos			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Identificar las certificaciones exigidas por el mercado internacional para productos alimenticios de origen agrícola al agroindustrial	Conocer las exigencias del mercado en cuanto a certificados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>A fines del 2006, se cuenta con un estudio de los certificados que se requieren presentar en los mercados objetivos.</li> </ul>	Cámara de Comercio Gobierno Regional PROMPEX MINCETUR Asociación de productores
T2	Identificar empresas certificadoras.	Conocer la certificadora más conveniente para el productor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 tener un listado de empresas certificadoras.</li> </ul>	Asociación de productores y procesadores Gobierno Regional PROMPEX MINCETUR Cámara de Comercio
T3	Articular empresas certificadoras con las cadenas productivas.	Establecer contratos con las certificadoras.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007 el 25% de las empresas están certificadas.</li> <li>En el 2009 el 50% de las empresas están certificadas.</li> <li>En el 2011 el 95% de las empresas están certificadas.</li> </ul>	<u>Comercio</u> Gobierno Regional DIRCETUR Asociación de productores

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO #3:</b> Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomenta el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.				
<b>ACTIVIDAD # 1:</b> Facilitar el acceso al crédito de la cadena productiva de la alcachofa.				
<b>Indicador de logro:</b>	Obtención de créditos en el sistema financiero.			
<b>Indicador de avance:</b>	En el 2006 se otorgan créditos a integrantes de la cadena productiva de la alcachofa			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Generar una cultura de crédito.	Ser sujetos de crédito.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 el 10% de los agentes son sujetos de crédito.</li> <li>En el 2008 el 30% de los agentes son sujetos de crédito.</li> <li>En el 2011 el 50% de los agentes son sujetos de crédito.</li> </ul>	<u>CERX – Cadena Productiva</u> COFIDE Sistema financiero nacional Gobierno Regional Cámara de Comercio Registros Públicos Asociación de productores
T2	Articular a las fuentes financieras nacionales e internacionales.	Contar con líneas de crédito disponibles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007 se cuenta con tres líneas de crédito de US\$ 5'000,000.</li> </ul>	<u>CERX</u> COFIDE Sistema financiero nacional Gobierno Regional Cámara de Comercio Asociación de productores
T3	Obtención de la cooperación técnica internacional.	Obtener cooperación técnica internacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2007 se dispone de US\$ 1'000,000 de la cooperación técnica internacional.</li> </ul>	<u>CERX</u> MINCETUR <u>ONG's</u> Gobierno Regional Cámara de Comercio

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO #3:</b> Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.				
<b>ACTIVIDAD # 2:</b> Identificar sobrecostos y dificultades administrativas para la exportación de alcachofas.				
<b>Indicador de logro:</b>	Disminuir sobrecostos que afecten al sector exportador de alcachofas en la región en un 30% al 2015.			
<b>Indicador de avance:</b>	En el año 2006 se inicia la presentación de propuestas para eliminar sobrecostos que dificultan la exportación de alcachofas.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Obtener información de sobrecostos que afecten la exportación.	Reducir costos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 el 100% de los sobre costos se han identificado.</li> </ul>	<u>Productores y procesadores</u> <u>Universidades</u> Cámara de Comercio ONG's SUNAT
T2	Gestionar ante el gobierno Central, Regional y Local la simplificación administrativa para la exportación.	Simplificar procesos administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el 2006 se presentan diversas propuestas.</li> </ul>	<u>Empresas procesadoras</u> Gobierno Regional Gobierno Central Municipalidades Cámara de Comercio Colegio de Abogados Congreso de la República
T3	Difundir mejoras elaboradas.	Informar a exportadores del marco legal promotor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Para el primer trimestre del 2006 se ha iniciado un primer debate público sobre la normativa del sector.</li> <li>Para el primer trimestre del 2006 se ha iniciado un segundo debate público sobre la normativa del sector.</li> <li>A inicios de 2007 se distribuye periódicamente un boletín con las modificaciones al marco legal.</li> </ul>	<u>Cámara de Comercio</u> ONGs DIRCETUR MINCETUR MINAG ADUANAS/SUNAT

