

# **PLAN OPERATIVO DE TEJIDOS DE ALPACA REGIÓN PUNO**



**MESA DE TRABAJO  
DE ARTESANÍAS  
PUNO**

**Octubre, 2006**

## **INDICE**

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR**
  - 2.1 Situación de la producción
  - 2.2 Situación de la gestión organizacional
  - 2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves para la Cadena Exportadora.
  - 2.4 Situación de los mercados
    - 2.4.1 Mercado Nacional y Regional
    - 2.4.2 Mercado Internacional
  - 2.5 Evolución de las exportaciones
    - 2.5.1 Exportaciones peruanas de tejidos de alpaca
    - 2.5.2 Exportaciones de tejidos de alpaca de Puno
  - 2.6 La cadena actual de los tejidos de alpaca de Puno
- 3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE LOS TEJIDOS DE ALPACA**

Diamante de competitividad  
FODA  
Cadena futura de los tejidos de alpaca de Puno
- 4. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO**

Objetivos Estratégicos y Estrategias  
Matriz de Planificación

## **BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES.**

### **Relación de participantes en la elaboración del Plan Operativo de Tejidos de Alpaca de Puno**

- Equipo Consultor
- Mesa de Trabajo de Artesanías de Puno

### **Índice de Cuadros y Gráficos.**

Cuadro N° 2.1	Perú. Destino de Confecciones de prendas con lana y/o pelos finos. (Miles de \$)
Cuadro N° 2.2	Principales países importadores de las exportaciones de Confecciones de Tejido de Punto de lanas y/o pelos finos del Perú y sus principales proveedores
Cuadro N° 2.3	Principales países importadores de las exportaciones de Confecciones con tejido planos de lanas y/o pelos finos del Perú y sus principales proveedores.
Cuadro N° 2.4	Prendas y complementos de vestir de punto de lana / pelo fino
Cuadro N° 2.5	Prendas y complementos de vestir excepto los de punto de lana / pelo fino
Cuadro N° 2.6	Exportaciones de Puno según sectores y principales productos. Periodo 2002-2005. Valor FOB en Miles US\$
Gráfico N° 2.1	Participación de la fibra de alpaca en la producción mundial de fibras textiles de origen animal. Año 2000
Gráfico N° 2.2	Importadores de confecciones de lana y pelos finos. 2002/2004 (Millones de US\$)
Gráfico N° 2.3	Dinámica mundial de los principales Importadores de confecciones de punto de lana y pelos finos. 2002-2004 (Millones de US\$)

## **1. INTRODUCCIÓN**

Puno es una Región con gran potencial en la producción de tejidos en general, y de alpaca en particular debido a las condiciones agroecológicas para la producción de fibra de alpaca y lana de ovino, materias primas básicas para los tejidos. Complementa estas condiciones, la cultura ancestral que sigue viva y tiene entre sus principales manifestaciones la producción textil. Estos factores deben de ser complementados con otras capacidades que se potencien o desarrollen para que la oferta exportable de tejidos de alpaca de Puno sea competitiva y sostenible. Para ello, es necesario formular e implementar un Plan Operativo como una herramienta estratégica que define acciones específicas por parte de los sectores público y privado que están involucrados en el desarrollo de la actividad productiva y exportadora de la región.

El Plan Operativo de los Tejidos de Alpaca de Puno –POP Tejidos de Alpaca- es un instrumento que complementa el Plan Estratégico Regional de Exportación- PERX, que viene impulsando el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. Es producto del trabajo participativo del conjunto de agentes económicos y sociales que concurren en el desarrollo de la competitividad en la región. En el proceso de formulación, la Mesa de Trabajo de Artesanías de Puno<sup>1</sup>, constituida como una instancia del Comité Ejecutivo Regional Exportador –CERX, ha jugado un papel decisivo, al congregarse a diferentes tipos de actores involucrados en el esfuerzo exportador de este producto, quienes, conjuntamente con el equipo consultor del Consorcio SASE-KIPU, en talleres, reuniones y trabajo de gabinete identificaron, analizaron y valoraron los factores de la producción y el comercio que inciden positiva o negativamente en la competitividad de los tejidos de Puno y se definieron acciones específicas para su desarrollo. Como parte del proceso, la Mesa de Trabajo de Artesanías elaboró un documento siguiendo las pautas para la formulación del POP, el mismo que es la base del presente Plan, que se complementó con el análisis del comercio internacional y la estructuración y redacción final del documento por parte del equipo consultor de SASE-KIPU.

El POP de Tejidos de Alpaca comprende un análisis de la cadena de valor actual y su mercado internacional. La fuente de información de las exportaciones utilizada es la data de SUNAT/ADUANAS facilitada por la Comisión para la Promoción de las Exportaciones –PROMPEX. Para el análisis de la demanda internacional se utilizaron 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 Puno como región exportadora de tejidos de alpaca y definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres metodologías 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 de Tejidos de Alpaca, cuya proyección a diez años refleja tanto las aspiraciones de los actores regionales como los retos que deben de superar.

---

<sup>1</sup> La Mesa de Trabajo de Artesanías de Puno incluye las diferentes líneas artesanales que son tejidos, cerámicas, productos utilitarios, etc.

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 en el año 2016.

## **2. DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR**

Siendo la fibra de alpaca la materia prima de los tejidos objeto del POP, que a su vez es un importante producto que se genera en la Región Puno, se realiza un análisis del eslabón primario de la cadena de tejidos de alpaca a fin de visualizar la problemática de la cadena en su conjunto.

### **2.1 Situación de la producción**

#### **Producción de fibra**

Según el III CENAGRO, el departamento de Puno posee ventajas comparativas al contar con 3.5 millones de Ha. de pastos naturales. Este atributo da las condiciones naturales para que el departamento de Puno sea el primer productor de alpacas a nivel nacional, con una población de 1.8 millones de cabezas<sup>2</sup> (53 % del total nacional) concentrados, en las provincias de Lampa, Melgar, Carabaya, Chuchito, Azángaro, Huancané, Puno, El Collao y San Antonio de Putina.

En esta región se produce anualmente alrededor de 2,370 Tm. de fibra que representa el 64% de la producción nacional, que, a su vez, es el 80% de la producción mundial. El sistema de crianza predominante es el extensivo y se realiza en las zonas altoandinas, desde 2,800 hasta 4,300 m.s.n.m.. Existen, dos razas: Suri y, en mayor proporción, Huacaya (93 %).

En cuanto a productividad de fibra, la región posee un promedio de peso de vellón de 6 libras en la raza Huacaya y 8 libras en la raza Suri. El diámetro de la fibra varía entre 18 a 33 micras con un promedio de 27 micras de finura y 7.5 cm. de longitud de mecha, pero se aprecia un deterioro genético del ganado y, en consecuencia, de la calidad de la fibra. Los programas de mejoramiento genético que se vienen impulsando en la región, tienen entre sus objetivos mejorar éstas características.

El período de esquila es mayormente entre octubre a diciembre, previos a la estación de lluvias, ofertándose la fibra desde el mes de noviembre hasta el mes de abril. En los meses restantes el criador mantiene en "stock" cierto volumen con la expectativa de mejores precios y como un mecanismo de ahorro para realizar determinados gastos familiares, festivos o de emergencia.

El eslabón de producción primaria en la cadena textil alpaquera, es el que posee el menor nivel debido a inadecuadas competencias técnico-comerciales de los criadores que afecta la calidad y cantidad de la fibra obtenida. La producción es realizada por un gran número de pequeños y medianos ganaderos aplicando sistemas de crianza pastoril y semiestabulada con bajos niveles técnicos que han generado que la población alpaquera presente una alta variabilidad genética. La esquila se hace de manera artesanal en las mismas unidades agropecuarias por parte de los pequeños criadores, los cuales mezclan las diferentes fibras sin considerar grosor y calidad.

---

<sup>2</sup> Fuente: MINAG-DRA-PUNO-DIA-Producción pecuaria año 2003)

Asimismo, los criadores tienen un bajo poder de negociación debido a la atomización y desorganización de la producción y comercialización. A nivel del manejo post-producción de la fibra, también se realizan prácticas inadecuadas. En parte, este comportamiento ha sido inducido por el sistema de compra de fibra “al barrer”, en el que no se establecen precios por calidad.

En los últimos años se han realizado proyectos para mejorar las condiciones productivas de la crianza de alpaca, tales como el Proyecto Alpaca (PAL) que a través del INIA ha ejecutado y desarrollado experiencias en comunidades alpaqueras hasta el nivel de validación de propuestas tecnológicas. Asimismo, el Centro de Estudios Canadienses para la Cooperación Internacional (CECI Alpaca) aportó con modelos organizativos y de desarrollo empresarial. Diversas ONGs, aunque en ámbitos limitados, vienen actuando en el mejoramiento de la producción, productividad y aspectos de la comercialización y organización de productores.

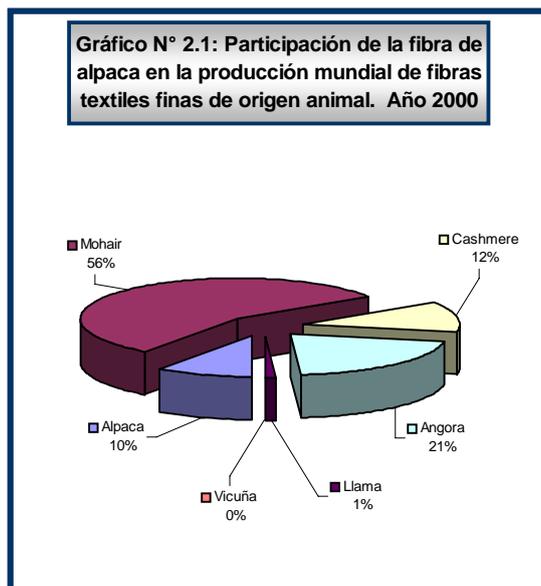
Otra acción destacada es la del Consejo Nacional de Camélidos Sudamericanos – CONACS, que ha realizado registros genealógicos de alpacas, identificando los animales aptos para la reproducción y mejoramiento. Sin embargo, el mejoramiento genético en la alpaca es todavía poco significativo.

Se estima que el 90% de la producción de fibra de alpaca se orienta al mercado internacional, ofreciéndose en diversos niveles de procesamiento, desde fibra sin cardar ni peinar y fibra semiprocesada (tops, slivers), hasta manufacturas como hilados, tejidos y una amplia gama de confecciones, en gran parte, fabricados y confeccionados en Arequipa y Lima.

La fibra de alpaca tiene características apropiadas para la confección de prendas de vestir y accesorios diversos. Es una de las fibras naturales más finas y suaves del mundo. Entre sus propiedades más importantes se tiene:

- Es 3 veces más fuerte que la lana de oveja y 7 veces más caliente.
- Elasticidad y capacidad de tensión al hilado.
- Su tersura y humedad da sensación de suavidad
- Es la fibra natural más versátil, ya que ofrece más de 25 colores naturales que comprende tonos de blanco, marrones, grises y negros.
- Absorbe la humedad ambiental entre un 10% y 15%.
- Propiedad térmica que hace que la fibra actúe como aislante que mantiene la temperatura corporal en sus niveles normales debido a una cavidad o vacío de aire que posee la fibra. la capacidad de mantener la temperatura corporal.
- Buena conservación en el tiempo, no sufriendo daño por hongos u otros microorganismos

La fibra de alpaca representa cerca del 10% de la producción mundial de fibras naturales finas (Ver Gráfico N° 2.1) es una de las más apreciadas por la industria textil que utiliza fibras animales como materia prima, y compite con el cashmere, el mohair y la angora. Entre las fibras de camélidos, la de alpaca es la que tiene más aceptación mundial debido a su calidad,



### Producción de prendas de vestir de tejidos de Alpaca

El 15% de la producción nacional de fibra que no llega a la industria textil se orienta al segmento artesanal y el autoconsumo. Esta fibra es hilada de forma manual o con tornos artesanales. El hilado se usa para hacer tejidos rústicos de punto y planos, elaborados en telares artesanales. Sin embargo, para exportación, mayormente se trabaja con hilado industrial, proveniente principalmente de las industrias arequipeñas MICHEL e INCALPACA. Recientemente También ha incursionado en la hilatura la empresa Negociación Lanera del Perú – NELAPSA, del Grupo Sarfaty-PROSUR, también de Arequipa. Las empresas regionales San Francisco y CECOALP son las proveedoras locales de hilado industrial.

El rubro más significativo en la producción de tejidos son las chompas o suéteres. Otras prendas de vestir que se producen son: chalecos, gorros, chalinas, medias, escarpines, manoplas, estolas, chales, bufandas, etc., cuya calidad es heterogénea pero en un proceso de mejora tanto en acabados como en diseño. No existen estadísticas de producción actualizada; la última referencia es de 1999, año en el que la producción industrial del Perú fue de 2.6 millones de chompas, de las cuales se exportó 53%. La producción de chompas artesanales no es registrada.

El esquema de producción de las prendas de tejido de punto de alpaca parte de la producción de hilados industriales y artesanales. No existen cifras de la producción de chompas rústicas fabricados con hilados artesanales.

La producción de tejidos de alpaca es realizada por:

- Tejedores artesanales a mano
- Pequeños productores semi industriales que utilizan máquina.
- Pequeños exportadores que producen a máquina y contratan servicios de máquina y mano de obra de tejedores y pequeños productores proporcionando los hilados y diseño.

Además de éstos productores de tejidos destacan los Industriales de Arequipa, quienes tienen producción propia de prendas de alpaca y también subcontratan eventualmente a pequeños productores semi-industriales. Son pocas empresas y

definen los precios y las estrategias de adquisición de fibra y de comercialización de las manufacturas. Son exportadores tanto de productos semi manufacturados como de tejidos planos y de punto, constituyéndose como el eslabón más fuerte de la cadena de valor .

## **2.2 Situación de la gestión organizacional**

En la cadena de valor de los tejidos de alpaca los siguientes actores tienen importancia sustancial.

- Se estima que a nivel nacional 47,000 familias se dedican a la crianza de alpacas, de las cuales el 77% son de Puno. La producción de fibra está a cargo de pequeños productores que manejan un promedio de 50 cabezas de alpacas, los medianos crían más de 100 cabezas, y las empresas grandes más de 500 cabezas. Destacan la SAIS Sollocota, Rural Alianza, SPAR Macusani, Multicomunales. En el año 2005 en la región de Puno figuran 52 asociaciones productoras de Alpaca.

El eslabón de producción primaria en la cadena textil alpaquera, es el más débil por sus bajos niveles de competencias técnico-comerciales de los criadores que afecta la calidad y cantidad de la fibra obtenida: Asimismo, los criadores tienen un bajo poder de negociación debido a la atomización y desorganización de la producción y comercialización. A nivel del manejo post-producción de la fibra, también se realizan prácticas inadecuadas.

Existe una deficiente articulación comercial entre los criadores y la industria, canalizándose la fibra generalmente a través de acopiadores localizados en las mismas zonas alpaqueras y las ciudades de Juliaca e Ilave, que consolidan una oferta atomizada pero en términos comerciales desfavorables para el criador, colocando el producto principalmente en empresas textiles de las ciudades de Arequipa y Lima. Los precios son bastante fluctuantes, dependiendo finalmente de la demanda externa. A fin de ir superando éstas limitaciones se vienen constituyendo centros de acopio de los productores, siendo a la fecha 13 en Puno.

- Para superar las debilidades antes reseñadas, parte de los criadores se han organizado bajo diversos esquemas asociativos, tales como: Pacocha Asociados, CECOALP, ACRICAN ILLA, APCA Pacocha
- Las industrias de transformación, que se encuentran principalmente en Arequipa y Lima. El origen de estas empresas es comercial pero se han transformado en industria mediante esquemas de integración hacia adelante, excepto MICHELL que también tiene una unidad de producción alpaquera, actuando pues en los eslabones primario (producción de fibra), secundario (transformación) y terciario (comercialización). El negocio de la alpaca les ha permitido acumular capital y conformar grupos económicos, tales son:
  - Grupo Michell, tiene como base la empresa Michell y Cia., creada en 1931, produce hilados y tejidos; el rancho Mallkini en Puno, crianza de alpacas; CLISA, confecciones industriales; MFH Knits S.A.C., tejidos de punto y Sol Alpaca, tiendas.

- Grupo Inca: Incalpaca TPX, produce y exporta telas, prendas de vestir de tejidos de punto y tejidos planos y una línea de casa. Sus puntos de venta propios en el país son las tiendas Alpaca 111.
- Grupo Sarfaty, inicialmente denominada Roberto Sarfaty y Cia. S.A. Está integrado por cinco empresas, siendo dos las relacionadas al negocio de la alpaca: PROSUR, produce tops, hilados y prendas de vestir, y la empresa Negociación Lanera del Perú S.A. – NELAPSA, produce hilados. Sus puntos de venta propios es la cadena de tiendas Alpaka Studio.

Estos grupos generan casi el 85% de la producción. Vienen aplicando una estrategia de integración vertical hacia delante pasando de la comercialización de la fibra a la fabricación de tops y slivers, posteriormente a los hilados y tejidos y posteriormente a las confecciones.

- En Puno existen dos empresas industriales que procesan la fibra de alpaca. La empresa regional de mayor antigüedad (creada hace 20 años) y capacidad de transformación es Manufacturas San Francisco S.R.L. de Juliaca. Produce hilados de alpaca, ovino, algodón, acrílico y mezclas. Tiene una capacidad de 20Tm/mes de hilo cardado. Otra empresa manufacturera de Puno es la Central de Cooperativas y Servicios Alpaqueros –CECOALP que organiza la producción para centralizar y crear economías de escala pero su actuación es aun muy limitada.
- El tejido de punto a mano y a maquina es la principal actividad económica del 98% de la población femenina de la periferia urbana de las principales ciudades de la Región, en tanto que en el área rural el tejido es una importante actividad complementaria a la ganadería y agricultura.

En la región actualmente existen alrededor de 2,650 talleres artesanales registrados en la Dirección de Artesanías de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR PUNO, 45 mil artesanos y 667 MYPES debidamente registradas y formalizadas. Los artesanos cuenta con una Federación Regional de Artesanos Productores conformada por 14 asociaciones de artesanos de las 13 provincias de la Región, debidamente inscritas en Registros Públicos.

En Puno, la mayor parte de la producción de tejidos es realizada por unidades de producción (tejedores individuales y talleres) que trabajan por encargo de las empresas exportadoras de Puno, Arequipa y Lima. Los talleres que producen y exportan directamente son aún escasos.

La problemática fundamental en este eslabón de la cadena es a nivel tecnológico, caracterizado por la insuficiente capacidad en gran parte de la producción de tejidos de alpaca y los deficientes niveles de productividad, explicado por las deficiencias en la mano de obra calificada y uso de máquinas antiguas o de baja calidad y deficiente gestión empresarial en este eslabón.

- Los servicios de extensión en el manejo técnico-comercial, si bien son prestados por diversas instituciones, aún son limitados dada la dimensión del sector alpaquero en Puno. Entre las organizaciones que vienen prestando

apoyo a éste sector están el MINAG a través de PECSA y CONACS, PRODUCE a través del Programa de generación de Empleo Fronterizo., el CITEcamélidos de MINCETUR, el Gobierno Regional, SIRGMA, SPAR, el PETT, y otros.

### **2.3 Situación de la proveeduría de bienes y servicios claves para la Cadena Exportadora.**

Entre los bienes y servicios del sector público y privado que conforman la proveeduría a las actividades de crianza y procesamiento de fibra de alpaca y la industria de tejidos se encuentran los siguientes:

- Una cantidad considerable de organizaciones de cooperación, públicas y privadas, apoyan la crianza y producción de fibra de alpaca sin embargo el impacto es reducido.
- Algunas iniciativas de investigación enfocadas hacia el desarrollo genético de los camélidos que buscan principalmente la producción de una fibra de mejor calidad. La difusión de estos resultados ha sido limitada.
- En los últimos años han habido considerables inversiones que han permitido mejorar la infraestructura aeroportuaria. No obstante, no se pueden realizar exportaciones directas desde el aeropuerto de Juliaca.
- También ha mejorado la infraestructura de transporte terrestre pero aun existen deficiencias que han de superarse con la carretera Interoceánica. Debe de complementarse con el mejoramiento de los trayectos que van desde las zonas donde habitan los pequeños productores hasta los destinos de producción industrial y comercial de sus productos.
- En cuanto al crédito rural después del cierre de la Banca de Fomento han surgido otras instituciones financieras orientadas hacia los pequeños productores agrícolas, pero sus resultados han sido limitados.
- En la región los centros universitarios especializados contribuyen con diversas tecnologías a nivel de la cadena productiva pero este potencial no es aprovechado por falta de mecanismos estables de interacción con el sector privado
- La AIA brinda servicios de difusión de normas de calidad y certificación de productos de alpaca.
- Existe escasez de oferta de servicios veterinarios y de sanidad animal. La mayor parte de los existentes (de por sí insuficientes) son brindados por el Estado y con muchas limitaciones.
- En el ramo de la producción de chompas para exportación, una limitación seria para su crecimiento es el abastecimiento de hilado de alpaca, si bien es parte de la cadena alpaquera, para efecto de las unidades de producción de tejidos es el principal rubro de proveeduría. Los pequeños tejedores compran los hilados a partir de los stocks de las empresas proveedoras ya que para hacer comprar colores específicos deben de realizar pedidos mínimos de 100 kg. por color.
- Asimismo, faltan servicios de diseño por computadora, que permitirían a los pequeños y medianos productores artesanales de chompas atender a sus clientes con productos de mayor calidad.

## **2.4 Situación de los mercados**

### **2.4.1 Mercado Nacional y Regional**

La existencia de más de 100,000 pequeños productores dificulta la organización de la oferta y la articulación con los canales de comercialización. Si bien existe una institución como la Central de Cooperativas Alpaqueras (CECOALP), ésta aún no cuenta con la capacidad de organizar la producción de modo que permita centralizar y crear economías de escala o de aglomeración.

La comercialización de la fibra se realiza a través de pequeños acopiadores localizados en las mismas zonas alpaqueras y en las ciudades de Juliaca e Ilave, además de grandes intermediarios que abastecen a las industrias de tejidos. Los precios son bastante diferenciados, dependen mayormente de la demanda externa. Del total de hilados industriales orientados al mercado nacional, un 20% se destina a la producción de prendas semi rústicas, el 80% a la producción de prendas de mediana y alta calidad, la mayoría de las cuales (70%) se comercializa en tiendas propias; el resto se vende en los mercados del sur del país (Cusco, Arequipa, y Tacna). La parte de producción de alta calidad, se confecciona por encargo de subcontratistas para su exportación o para su venta por catálogo.

Las prendas rústicas y semi rústicas pasan casi en su totalidad a manos de los acopiadores, quienes trasladan la mercancía a las ferias artesanales de Lima, sólo una pequeña parte de las chompas rústicas es exportada a Japón por medio de algunos subcontratistas.

### **2.4.2 Mercado Internacional**

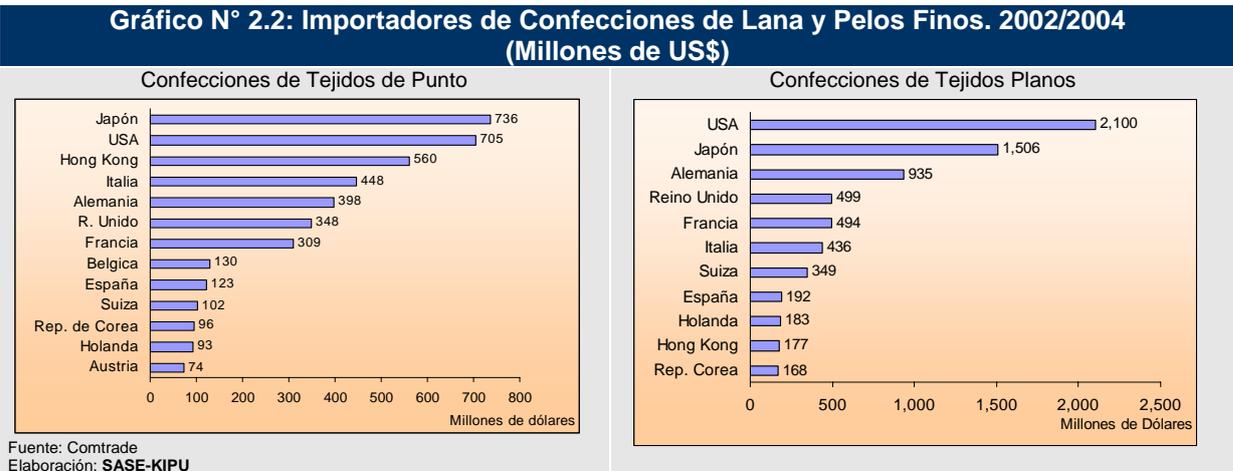
En las estadísticas del comercio internacional las confecciones de lana y/o pelos finos se encuentran en los capítulos 61 (Prendas y complementos, de vestir, de punto) y 62 (Prendas y complementos, de vestir, excepto los de punto). El sistema armonizado del 2002 presenta partidas más desagregadas en el capítulo 61 que permite una mejor ubicación de las confecciones de alpaca pero no es posible diferenciarlas totalmente de prendas fabricadas con otros pelos finos. Se presenta a continuación un análisis de la demanda del mercado internacional para prendas de tejidos de punto y para los tejidos planos de lana y/o pelos finos.

#### **a) Demanda de prendas de Tejidos de Punto y de tejidos planos de lana y/o pelos finos.**

El mercado mundial de confecciones de tejidos de punto de lana y/o pelos finos en el periodo 2002-2004 ha alcanzado un valor de 4,920 millones de dólares. Los principales demandantes de prendas de vestir de tejidos de Punto de lana y/o pelos finos a nivel mundial son: Japón (15%), Estados Unidos (14%), Hong Kong (11%), Italia (9%), Alemania (8%), Reino Unido (7%) y Francia (6%). La participación de estos países representa el 71% de la demanda mundial. (Ver Gráfico N° 2)

En el caso de las confecciones de tejidos planos de lana y/o pelos finos en el periodo 2002-2004 ha alcanzado un valor de 8,300 millones de dólares y los principales demandantes son países con altos niveles de ingresos. Los 11 países que figuran en el gráfico 1 representan el 85% de la demanda mundial. Estados Unidos es de lejos el consumidor líder de este tipo de confecciones, su demanda

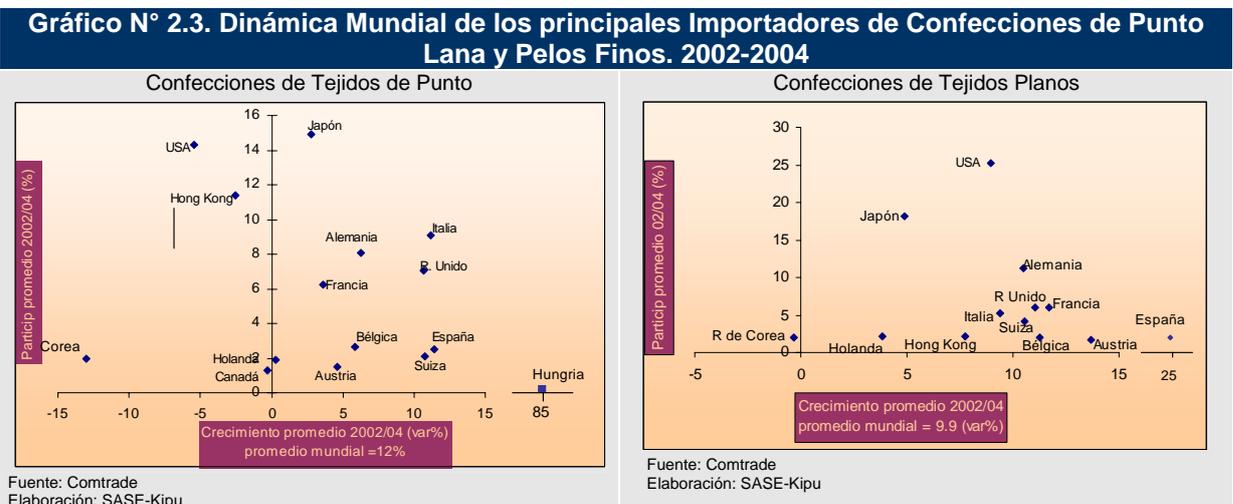
representa más del 25% de la demanda total, le sigue Japón cuya demanda representa el 18% de las importaciones mundiales (ver Gráfico N° 2).



Para visualizar la dinámica de la demanda de los principales países a nivel mundial se presenta el Gráfico N°3 donde se observa el crecimiento de estos mercados y la participación en el mercado mundial de confecciones con tejido de punto y tejidos planos de lana y/o pelos finos.

En el caso de los tejidos de punto se observa que son otros países diferentes a los líderes en este rubro los que tienen tasas de crecimiento muy dinámicas tal como Hungría, Italia, España, Reino Unido y Suiza. En las confecciones de tejidos planos Estados Unidos y casi todos los países europeos de altos niveles de ingresos tienen una participación creciente y su demanda es muy dinámica porque crecen con tasas promedio anuales alrededor del 10%.

Destaca la demanda de España que en el período 2002-2004 ha elevado su participación en el mercado de tejidos planos y su demanda crece con tasas extraordinariamente altas (26 %). Esta dinámica muestra que España es un mercado muy interesante para las exportaciones peruanas y se sustenta en el crecimiento elevado de sus niveles de ingreso.



## b) Mercados de destino de las Exportaciones del Perú

Las exportaciones del Perú en el período 2002/04 fueron de 21.8 millones de dólares que representa el 0.16% en promedio de la demanda mundial. La participación del Perú en el mercado mundial ha crecido en este tipo de confecciones del 0.14% en el 2002 al 0.19% en el 2004, esto se explica porque el crecimiento de las exportaciones del Perú han sido más dinámicas que las del mercado mundial (25% vrs- 7%).

Estados Unidos es el mercado de destino más importante para el Perú. En el período 2002-2004 el país destinó el 44% de sus exportaciones al país del norte y éstas crecieron a una tasa promedio de los 39%, impulsadas por el ATPDEA que ofreció entrada preferencial a las confecciones de los países andinos. Con la firma del TLC con Estados Unidos se espera que las exportaciones continúen su ritmo de crecimiento y la región sur especialmente Puno tendrá enormes oportunidades en este mercado. Le siguen en importancia como destino de las exportaciones Alemania y Reino Unido que ocupan el 21% de los envíos, siendo el primero un país que demanda mas dinámicamente (8%) que el segundo (1.4%). Entre los países que ocupan alrededor del 6% de las exportaciones se encuentra Japón, España, Francia e Italia que crecen con tasas que van de 10 a 46%, mostrando un gran dinamismo, en especial Francia cuya demanda ha crecido significativamente.

**Cuadro N° 2. 1: Perú. Destino de Confecciones de prendas con lana y/o pelos finos. (Miles de US\$)**

País	2002	2004	Partic Prom (%) 2002/04	tasa promedio crecim (%) 2002/04
Estados Unidos	6,585	12,761	43.8	39.2
Alemania	2,400	2,796	11.7	7.9
Reino Unido	2,087	2,146	9.4	1.4
Japón	1,189	1,448	6.3	10.4
España	947	1,753	6.0	36.1
Francia	728	1,557	5.0	46.3
Italia	1,024	1,226	4.9	9.4
Canadá	440	836	2.6	37.8
Suiza	380	362	1.6	-2.4
México	383	411	1.6	3.5
Australia	267	365	1.5	16.9
Rep. de Corea	211	200	1.1	-2.6
Otros	766	1,430	4.5	
<b>Total</b>	<b>17,406</b>	<b>27,290</b>	<b>100</b>	<b>25</b>

Fuente: Comtrade  
Elaborado por SASE-Kipu Internacional

## c) Los Competidores en los principales mercados de tejidos de punto y planos de lana y/o pelos finos.

El análisis de los competidores en confecciones de punto y tejidos planos de lana y/o pelos finos son realizados independientemente debido a que algunos mercados son diferentes. En los Cuadros N° 2.2 y N°2.3 se señalan las cinco principales partidas para los mercados seleccionados según la importancia del destino de las exportaciones del Perú.

### **Competidores para el Perú en prendas de Tejidos de Punto de lana y/o pelos finos.**

El Cuadro N° 2.2 muestra que Estados Unidos, Alemania, Japón, Reino Unido y España son los principales compradores a nivel mundial en confecciones de tejidos de punto. Concentran sus importaciones (70-87%) sobre todo en la partida 611011 (Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de lana) donde el Perú provee entre el 0.04 (Japón) hasta el 0.4% (Estados Unidos) de las importaciones de estos países. Los proveedores más importantes en esta partida en casi todos los países son Italia y Hong Kong. Puede deducirse para este caso, que los productos de Hong Kong son a su vez provenientes de China. Se tiene evidencias que son prendas con un bajo contenido de fibra de alpaca, que muchas veces no supera el 10 %, pero que son vendidos como prendas de alpaca.

En la partida 611019 (suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino, excepto de cachemira) el Perú es un proveedor con cierta significación en Alemania (17%), en Estados Unidos (5%), en Reino Unido y España donde su participación supera el 2%. Los mercados más dinámicos en este tipo de prendas han sido Reino Unido que ha crecido con una tasa promedio de 34% Alemania 40% y Estados Unidos 21%, mientras que Japón y España han tenido tasas de crecimiento negativas. En esta partida los proveedores son Italia para Estados Unidos, Alemania y Reino Unido; Hong Kong para Estados Unidos y Alemania; y China para Japón y Estados Unidos.

La partida 610210 (Abrigos, chaquetas y capas para mujeres de lana y/o pelo fino) constituye un rubro de demanda importante en estos países representando desde 2.2 millones en España hasta 23 millones de dólares en Estados Unidos. Tanto en Reino Unido como en Estados Unidos este tipo de productos constituyen más del 3% de las importaciones de confecciones de punto. El Perú es un proveedor de estos países y es más importante en Estados Unidos en el que representa el 3% de sus importaciones.

### **Competidores para el Perú en prendas de Tejidos planos de lana y/o pelos finos**

Las estadísticas de confecciones de tejidos planos de pelos finos incluyen los tejidos de cachemira y otros, además de las confecciones de alpaca. Como se puede apreciar en el Cuadro N°2.3 las partidas se refieren a confecciones más logradas para venta al consumidor y sus valores son superiores a las de punto en más de 200 millones de dólares. En estos mercados el Perú tiene muy poca participación y los proveedores más importantes son Italia y Canadá para Estados Unidos; Rumania para Alemania; Italia y Alemania para Reino Unido; China para Japón; e Italia y Marruecos para España.

El mercado más importante en confecciones de tejidos planos es el correspondiente a la partida 620311 (Trajes para hombres o niños) con valores que varían desde 63 millones para España hasta 519 millones en Estados Unidos. En todos estos países esta partida tiene un participación de las importaciones entre el 20% al 37%. El Perú no registra exportaciones en esta partida.

La partida 620 331 (Chaquetas (sacos) para hombres o niños) es el segundo rubro de confecciones de demanda en estos países cuyos monto varia desde 14 en España a 308 millones en Estados Unidos. El Perú tiene escasa participación en este mercado de prendas de tejidos planos, sus exportaciones son el 0.02% a nivel

mundial. En los mercados de Estados Unidos y España el Perú muestran las participaciones más importantes 0.2% y 0.4% respectivamente.

En Estados Unidos en la partida 620211 (Abrigos, impermeables, chaquetones, para mujeres) se da la participación mas importante (1%) del Perú, en esta misma partida participa con el 0.5% en España. En el rubro de confecciones se ve con claridad que Estados Unidos es el principal mercado y crece a una tasa del 9%, El mercado español es interesante sobre todo para los tejidos planos ya que sus importaciones crecen a una tasa del 26% y a través de este mercado se puede acceder a otros mercados de la Unión Europea cuyas importaciones tiene tasas de crecimiento muy dinámica como es el caso de Alemania (10.5%) y Reino Unido (11%).

Es importante que el Perú incremente su participación en los mercados de confecciones de prendas con tejidos planos, este tipo de tejidos se muestra como el más dinámico en relación al mercado de prendas con tejidos de punto. En el período 2002-2004 crecieron a 8.7% y los de punto solo lo hicieron a una tasa de 3.9%.

Cuadro N° 2.2: Principales países importadores de las exportaciones de Confecciones de Tejido de Punto de lanas y/o pelos finos del Perú y sus principales proveedores.

Partida	Descripción	Prom. 2002/04 (Millones US\$)	Part (%)	Crec Prom. (%)	Proveedores (%)			Perú
					1	2	3	
<b>ESTADOS UNIDOS</b>								
Todas	Total general	705.2	100.0	-5.5	Hong Kong (38%)	Italia (16%)	Tailandia (7%)	Perú (1%)
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chalecos de lana	578.4	82.0	-8.7	Hong Kong (41%)	Italia (16%)	Tailandia (9%)	Perú (0.5%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino (excep de cachemira)	31.6	4.5	21.8	Hong Kong (39%)	Italia (22%)	China (5%)	Perú (5%)
610210	Abrigos, chaquetas y capas para mujeres.	23.2	3.3	17.9	Hong Kong (17%)	Italia (16%)	Filipinas (8%)	Perú (3%)
611691	Guantes, mitones y manoplas	15.6	2.2	20.9	China (75%)	Filipinas (10%)	Italia (4%)	Perú (1%)
611591	Las demás prendas de punto	12.7	1.8	5.3	Italia (27%)	R. Corea (15%)	R. Unido (15%)	Perú (0.5%)
<b>ALEMANIA</b>								
Todas	Total general	397.6	100.0	6.3	Italia (39%)	Turquía (5%)	Hong Kong (5%)	Perú (0.7%)
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chalecos de lana	326.3	82.1	5.7	Italia (43%)	Hong Kong (5%)	Turquía (5%)	Perú (0.4%)
611591	Las demás prendas de punto	25.5	6.4	1.5	Italia (25%)	Portugal (14%)	Hungria (14%)	Perú (0.01%)
610431	Chaquetas (sacos) para mujeres o niñas	9.5	2.4	5.2	Italia (20%)	USA (10%)	Polonia (10%)	Perú (1%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino (excep de cachemira)	6.4	1.6	40.2	Italia (14%)	Hong Kong (11%)	Hungria (8%)	Perú (17%)
610210	Abrigos, chaquetas y capas para mujeres.	5.9	1.5	7.5	Italia (18%)	Rumania (14%)	China (8%)	Perú (1%)
<b>REINO UNIDO</b>								
Todas	Total general	348.0	100.0	10.7	Italia (19%)	Hong Kong (18%)	Turquía (7%)	Perú (0.6%)
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chalecos de lana	241.6	69.4	4.8	Hong Kong (25%)	Italia (18%)	Mauricio (7%)	Perú (0.3%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino (excep de cachemira)	31.7	9.1	34.4	Italia (43%)	Rumania (11%)	Tunisia (7%)	Perú (2.8%)
610210	Abrigos, chaquetas y capas para mujeres.	10.8	3.1	44.5	Hong Kong (23%)	China (20%)	Italia (12%)	Perú (1%)
610311	Trajes (ambos o ternos) para hombres o niños	10.4	3.0	93.6	Turquia (33%)	Italia (30%)	Holanda (10%)	
611591	Las demás prendas de punto	7.7	2.2	40.7	Turquia (41%)	Sud Africa (12%)	Italia (7%)	Perú (0.2%)
<b>JAPÓN</b>								
Todas	Total general	736.4	100.0	2.8	China (81%)	Italia (11%)	R. Unido (1%)	Perú (0.14%)
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans,	644.5	87.5	2.7	China (83%)	Italia (10%)	R. Unido (1%)	Perú (0.04%)

	chalecos de lana							
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino (excep de cachemira)	27.1	3.7	-3.6	China (86%)	Italia (7%)	Francia (2%)	Perú (2.5%)
610431	Chaquetas (sacos) para mujeres o niñas	14.7	2.0	3.1	China (50%)	Italia (23%)	USA (19%)	Perú (0.01%)
611691	Guantes, mitones y manoplas	13.0	1.8	4.0	China (84%)	Filipinas (7%)	Italia (3%)	Perú (0.2%)
610210	Abrigos, chaquetas y capas para mujeres.	12.2	1.7	10.6	China (61%)	Italia (24%)	Francia (4%)	Perú (0.3%)
<b>ESPAÑA</b>								
Todas	Total general	123.1	100.0	11.4	Italia (27%)	China (7%)	Francia (6%)	Perú (0.4%)
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chalecos de lana	98.2	79.8	10.3	Italia (28%)	Jamaica (8%)	Bangladesh (7%)	Perú (0.3%)
611019	Suéteres, pullovers, cardigans, chalecos de pelo fino (excep de cachemira)	3.6	3.0	-20.4	Italia (17%)	R. Unido (15%)	China (14%)	Perú (2.3%)
610110	Abrigos, chaquetas y capas para hombres.	2.4	1.9	53.8	Italia (21%)	Bélgica (17%)	Portugal (9%)	Perú (1%)
610210	Abrigos, chaquetas y capas para mujeres.	2.2	1.8	-9.3	Italia (30%)	China (11%)	Francia (10%)	Perú (1%)
610341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	2.2	1.8	41.8	Portugal (21%)	Italia (18%)	China (10%)	

Fuente: COMTRADE

Elaborado por: SASE-KIPU

**Cuadro N° 2.3. Principales países importadores de las exportaciones de Confecciones con tejido planos de lanas y/o pelos finos del Perú y sus principales proveedores.**

Partida	Descripción	Prom. 2002/04 (millons \$)	Part (%)	Crec Prom. (%)	Proveedores (%)			Perú
					1	2	3	
<b>ESTADOS UNIDOS</b>								
Todas	Total general	2100.2	100.0	8.9	Italia (22%)	Canada (13%)	Mexico (8%)	Perú (0.2%)
620311	Trajés (ambos o ternos) para hombres o niños	519.5	24.7	9.7	Italia (30%)	Canada (25%)	México (14%)	
620331	Chaquetas (sacos) para hombres o niños	308.0	14.7	5.3	Canada (23%)	Italia (20%)	México (15%)	Perú (0.1%)
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	275.1	13.1	4.4	Italia (23%)	Canada (21%)	México (14%)	Perú (0.01%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para mujeres o niñas	226.9	10.8	10.2	R. Dominic. (17%)	Italia (16%)	Guatemala (9%)	Perú (1%)
620431	Chaquetas para mujeres o niñas	184.2	8.8	20.2	Italia (23%)	R. Corea (9%)	Hong Kong (6%)	Perú (0.1%)
<b>ALEMANIA</b>								
Todas	Total general	935.3	100.0	10.5	Rumania (17%)	Turquía (9%)	Polonia (8%)	Perú (0.02%)
620311	Trajés (ambos o ternos) para hombres o niños	258.7	27.7	26.2	Turquía (21%)	Bulgaria (13%)	Rumania (11%)	

620331	Chaquetas (sacos) para hombres o niños	154.9	16.6	0.4	Rumania (17%)	Turquía (11%)	Croacia (11%)	Perú (0.001%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para mujeres o niñas	115.8	12.4	3.9	Rumania (19%)	Ucrania (14%)	Polonia (8%)	Perú (0.03%)
620431	Chaquetas para mujeres o niñas	99.9	10.7	7.6	Rumania (19%)	Polonia (11%)	Croacia (10%)	Perú (0.03%)
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	91.0	9.7	11.5	Rumania (36%)	Turquía (10%)	Croacia (7%)	
<b>REINO UNIDO</b>								
Todas	Total general	499.0	100.0	11.0	Italia (18%)	Alemania (12%)	Turquía (7%)	Perú (0.06%)
620311	Trajos (ambos o ternos) para hombres o niños	100.8	20.2	11.6	Italia (25%)	Alemania (17%)	Hungría (9%)	
620331	Chaquetas (sacos) para hombres o niños	69.7	14.0	21.4	Italia (14%)	Hungría (9%)	Marruecos (9%)	
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	64.8	13.0	13.3	Italia (12%)	Marruecos (9%)	Turquía (9%)	Perú (0.00%)
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para mujeres o niñas	64.2	12.9	8.5	Italia (15%)	Alemania (12%)	Rumania (12%)	Perú (0.03%)
620431	Chaquetas para mujeres o niñas	45.0	9.0	12.0	Italia (22%)	Alemania (16%)	Rumania (14%)	Perú (0.04%)
<b>JAPÓN</b>								
Todas	Total general	1505.9	100.0	4.9	China (73%)	Italia (12%)	Francia (2%)	Perú (0.01%)
620311	Trajos (ambos o ternos) para hombres o niños	553.6	36.8	3.0	China (78%)	Italia (8%)	Filipinas (3%)	
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para mujeres o niñas	198.6	13.2	-0.9	China (75%)	Italia (14%)	Francia (3%)	Perú (0.02%)
620431	Chaquetas para mujeres o niñas	142.7	9.5	8.5	China (64%)	Italia (17%)	Francia (7%)	Perú (0.01%)
621420	Chales, pañuelos de cuello, bufandas, ...	99.9	6.6	15.7	China (61%)	Italia (20%)	R. Unido (12%)	Perú (0.1%)
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	99.1	6.6	8.6	China (83%)	Italia (5%)	Filipinas (2%)	
<b>ESPAÑA</b>								
Todas	Total general	191.7	100.0	26.1	Italia (22%)	Marruecos (20%)	Portugal (20%)	Perú (0.4%)
620311	Trajos (ambos o ternos) para hombres o niños	62.8	32.8	24.8	Portugal (29%)	Marruecos (21%)	Italia (18%)	
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para mujeres o niñas	25.7	13.4	27.9	Marruecos (39%)	Italia (16%)	Portugal (16%)	Perú (0.5%)
620431	Chaquetas para mujeres o niñas	17.9	9.3	64.6	Marruecos (31%)	Portugal (21%)	Italia (20%)	Perú (0.03%)
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños	17.7	9.2	21.5	Suiza (26%)	Portugal (23%)	Italia (18%)	Perú (0.00%)
620331	Chaquetas (sacos) para hombres o niños	14.1	7.4	18.2	Italia (29%)	Portugal (24%)	Marruecos (17%)	Perú (0.3%)

Fuente: COMTRADE

Elaborado por: SASE-KIPU

#### **d) Oportunidades de los tejidos de Alpaca en los mercados mundiales**

Los Cuadros N° 2.4 y N° 2.5 presentan las principales partidas según la importancia del valor de sus importaciones a nivel mundial. En cada partida se presentan a los principales demandantes y oferentes a nivel mundial así como la dinámica exportaciones peruanas en esas partidas.

##### **Prendas y complementos de vestir de punto de lana y/o pelo fino**

El Cuadro N° 4 muestra que a nivel mundial la partida 611011 (chaquetas, sacos para hombres y niños, de lana) es la más importante y representa el 80% del valor de las importaciones mundiales de las prendas de tejido de punto de lana y/o pelos finos. Sin embargo las partidas más dinámicas en el período son “las demás prendas” (611591) y “los abrigos, chaquetones, capas, anoraks” (610210).

El cuadro también muestra que la mayoría de países que demanda confecciones de punto de lana y/o pelo fino son al mismo tiempo exportadores en las mismas partidas o en otras. Destacan como ofertantes y demandantes Hong Kong, Estados Unidos y Alemania, mientras que Italia es un país ofertante neto en todas las partidas arancelarias consideradas, le sigue China que también es un ofertante importante en tres de las 5 partidas y en dos de ellas tiene mayor participación

Perú en relación a las partidas más importantes en el mundo concentra sus exportaciones en la partidas 611019, suéteres, pullovers, cardigans de pelo fino (alpaca) donde participa con el 4% de la demanda mundial. El 63% de las exportaciones del Perú corresponden a esta partida.

También es importante destacar que en las partidas 611591 y 610210 y 610431 las exportaciones del Perú crecen con gran dinamismo (23%, 144% y 165%) aunque aún es baja su participación.

##### **Prendas y complementos de vestir de tejidos planos de lana y/o pelo fino**

El Cuadro N° 2.5 muestra que las 5 partidas seleccionadas en este tipo de tejidos tienen similar importancia en las importaciones mundiales ya que cada una representa entre el 9 y el 12 % de las importaciones La partida mas dinámica en este periodo es la 620431 referida a chaquetas para mujeres o niñas. A esta partida corresponde el 16% de las exportaciones del Perú.

En la partida 620211 (abrigos, impermeables y chaquetones para mujeres) el Perú ha concentrado sus exportaciones (45%) y con tasas de crecimiento anual del 51%. En los otros rubros la tasa de crecimiento de sus exportaciones son también muy dinámicas a pesar de su pequeña participación.

En las partidas seleccionadas de las prendas de vestir de tejidos planos, Estados Unidos y Japón son los grandes demandantes. Italia y China son ofertantes netos mientras que Alemania se presenta tanto como ofertante y demandante de éstos productos. Entre estos países aparece Rumania como un nuevo país ofertante.

**Cuadro N° 2.4: Prendas y complementos de vestir de punto de lana / pelo fino**

Partida	Descripción	Importaciones Mundiales		Exportaciones Peruanas	
		tasa crecimiento (%) 2002/04	Partic Prom (%) 2002/04	tasa crecimiento (%) 2002/04	Partic Prom (%) 2002/04
611011	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chaquetas	3	80.3	17	15.3
	Principales demandantes y su participación		Japón (16%) Estados Unidos (15%) Hong Kong (12%)		
	Principales oferentes y su participación		Italia (25%) Hong Kong (23%) China (14%)		
611019	Suéteres (jerseys), pullovers, cardigans, chaquetas	7	4.1	5	62.6
	Principales demandantes y su participación		Reino Unido (16%) Estados Unidos (16%) Japón (14%)		
	Principales oferentes y su participación		China (28%) Italia (13%) Hong Kong (12%)		
611591	Las demás prendas de punto - De lana o pelo fino	15	2.6	23	1.4
	Principales demandantes y su participación		Alemania (20%) Estados Unidos (10%) Francia (6%)		
	Principales oferentes y su participación		Estados Unidos (23%) Italia (13%) Alemania (12%)		
610210	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadores	14	2.2	144	7.2
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (22%) Hong Kong (12%) Japón (11%)		
	Principales oferentes y su participación		Italia (19%) Hong Kong (16%) Austria (9%)		
610431	Chaquetas (sacos) para mujeres o niñas - De lana o pelo fino	4	1.9	165	5.2
	Principales demandantes y su participación		Japón (16%) Alemania (10%) Francia (9%)		
	Principales oferentes y su participación		China (29%) Italia (16%) Estados Unidos (11%)		

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu Internacional

**Cuadro N° 2.5. Prendas y complementos de vestir excepto los de punto de lana / pelo fino**

Partida	Descripción	Importaciones Mundiales		Exportaciones Peruanas	
		tasa crecimiento (%) 2002/04	Partic Prom (%) 2002/04	tasa crecimiento (%) 2002/04	Partic Prom (%) 2002/04
620331	Chaquetas (sacos) para hombres o niños - De lana o pelo fino	5	12.4	85	7.9
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (30%) Alemania (15%) Japón (9%)		
	Principales oferentes y su participación		Alemania (11%) China (9%) Italia (9%)		
620211	Abrigos, impermeables, chaquetones, ... Para hombres o niños	6	12.0	51	44.6
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (23%) Japón (20%) Alemania (12%)		
	Principales oferentes y su participación		China (18%) Italia (12%) Alemania (9%)		
620341	Pantalones largos y cortos para hombres o niños - De lana o pelo fino	7	10.2	535	1.1
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (32%) Japón (12%) Alemania (11%)		
	Principales oferentes y su participación		Italia (13%) China (13%) Rumanía (10%)		
620431	Chaquetas para mujeres o niñas - De lana o pelo fino	16	9.3	132	15.7
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (24%) Japón (19%) Alemania (13%)		
	Principales oferentes y su participación		China (16%) Alemania (15%) Italia (13%)		
620461	Pantalones largos y cortos para mujeres o niños - De lana o pelo fino	8	7.0	59	1.1
	Principales demandantes y su participación		Estados Unidos (32%) Japón (11%) Alemania (11%)		
	Principales oferentes y su participación		Italia (15%) Alemania (13%) China (10%)		

Fuente: Comtrade

Elaborado por SASE-Kipu Internacional

**En conclusión** las confecciones de tejido de punto y planos de lana y/o pelos finos es un mercado importante que representa el 10% del total del mercado de las confecciones en el mundo y ha sufrido modificaciones de diferente tipo en los últimos años. El sector de confecciones se ha vuelto más competitivo en los mercados desarrollados porque los consumidores son más exigentes, no solo en precios y marca sino en calidad, novedad y valor agregado. Los productores de confecciones ya no solo se basan en la productividad del trabajador sino se han enfocado en la productividad y eficiencia de toda la empresa.

En el período 2002-2004 el Perú ha mejorado significativamente su participación en el rubro de las confecciones en el mundo ya que sus exportaciones en

confecciones de punto de lana y/o pelos finos han incrementado su participación a una tasa promedio del 10.6% respecto de las exportaciones en el mundo en este rubro, y en el caso de las confecciones con tejidos planos de lana y/o los finos crece a una tasa anual del 26%.

La competencia a la que se enfrenta el Perú en los mercados especialmente en el mercado de los Estados Unidos es alta. Los tejidos de alpaca cuentan con las cualidades para diferenciarse de otros productos y desarrollar redes de distribución específicas con diferentes tiendas minoristas, especialmente boutiques más que en grandes cadenas de comercialización porque estas basan sus compra más en precio sin dejar de lado la calidad.

Con el TLC el sector de tejidos de alpaca tendrá mayores oportunidades en los mercados de los Estados Unidos. Pero también se está en una etapa en el cual China tiene mayor participación en el mercado americano y los países desarrollados podrían utilizar otras medidas para proteger a sus productores locales

#### **Problemática a Nivel de Mercado:**

- Los tejidos de alpaca tienen poca participación en el mercado mundial a pesar de sus características especiales.
- Limitado acceso a los mercados por desconocimiento de estos.
- Limitadas innovaciones a nivel de diseño y colecciones.
- Insuficiente calidad de los productos para los mercados de exportación.
- Existe un riesgo potencial por la competencia de los países / empresas que desarrollan productos de alpaca como Italia, China y otros.
- Oferta de China de prendas que denomina de alpaca pero con bajo contenido de la fibra y menores precios.

### **2.5 Evolución de las Exportaciones**

La región de Puno ha exportado crecientemente confecciones textiles donde se encuentra los tejidos de alpaca. En el sector textil y confecciones la exportación en el año 2002 fue de 535 mil dólares y en el 2005 llegó a 1.1 millones de dólares (Ver Cuadro N° 2.6)

El comportamiento de los diferentes rubros es bastante fluctuante. Hasta el 2005 el producto que más creció fue la lana sin cardar, pero decreció en el 2005. La partida correspondiente a “Los demás productos textiles” que comprende algunos tejidos de alpaca y que en el 2005 contribuyó con el 39% de la exportación total del sector, también decreció el 2005. También el producto “los demás artículos similares de punto” corresponden a tejidos de alpaca que comprende el 19%. Otro producto de alpaca corresponde a “chalecos de los demás pelos finos” pero contribuye solo con el 4% del total del sector. El único rubro que presenta para el período analizado un crecimiento continuo es el de Chales y demás prendas similares.

**Cuadro N° 2.6: Exportaciones de Puno según Sectores y principales productos. Periodo 2002-2005**  
**Valor FOB en Miles US\$**

Sector/Productos	2002	2003	2004	2005	% del 2005
<b>Textil-Confecciones</b>	<b>535</b>	<b>625</b>	<b>2,741</b>	<b>1,089</b>	<b>80.8</b>
LOS DEMAS ARTICULOS SIMILARES DE PUNTO, EXCEPTO DE LANA O DE PELO DE CABRA DE CACHEMIRA	202.529	75.057	138.646	209.551	19.2
LANA SIN CARDAR NI PEINAR, SUCIA, INCL. LAVADA EN VIVO,ESQUILADA	27.139	309.405	1,910.837	376.588	34.6
CHALECOS DE LOS DEMAS PELOS FINOS	19.263	45.327	62.232	47.101	4.3
CHALES, PAÑUELOS DE CUELLO, BUFANDAS, MANTILLAS, VELOS Y ARTICULOS SIMILARES	14.640	18.839	23.076	32.665	3.0
LOS DEMAS PRODUCTOS TEXTIL-CONFECCIONES	271.779	176.037	605.858	423.080	38.9

Fuente: SUNAT - PROMPEX

Elaboración: Consorcio SASE-KIPU

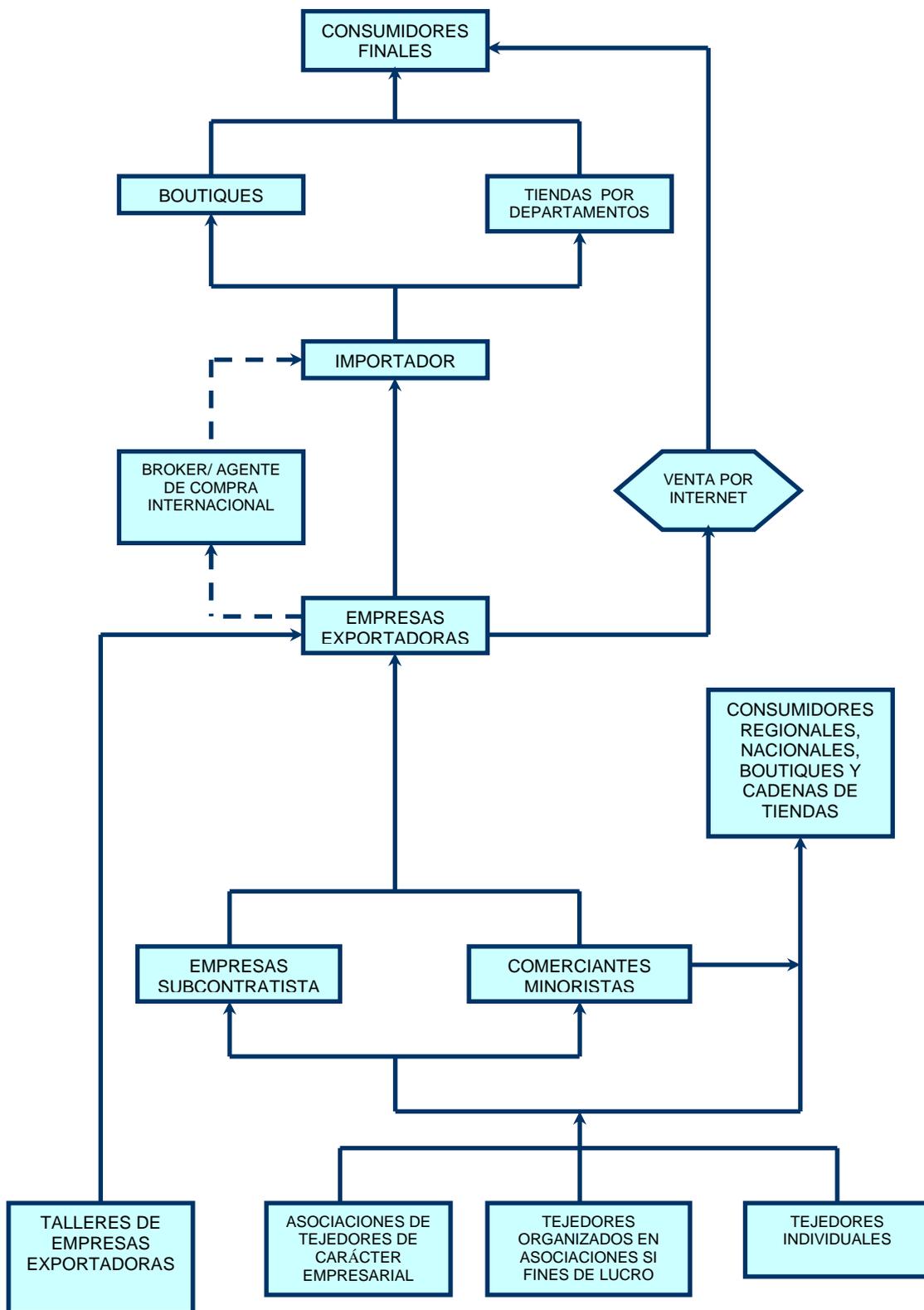
## 2.6 La cadena de valor actual de los tejidos de Alpaca de Puno

La cadena productiva principal está compuesta por las siguientes fases:

- La fase ganadera de esta actividad, se caracteriza por un gran número de pequeños y medianos productores, dedicados a la crianza de forma pastoril y semiestabulada.
- La esquila de las alpacas se hace en las mismas unidades agropecuarias. Es realizada artesanalmente por parte de los pequeños criadores, los cuales esquilan y mezclan las diferentes fibras sin considerar grosor y calidad.
- En la fase de hilado intervienen las grandes y medianas empresas dedicadas a la elaboración de hilados de tipo industrial e hilos semi procesadas (*tops*) para el consumo interno y para exportación.
- La industria de tejidos y prendas industriales está compuesta por varias empresas (grandes y medianas) que se dedican a la elaboración de prendas tejidas de forma industrial para la exportación. Las mayores exportadoras de prendas de Alpaca son los grupos industriales de hilados y *tops*.
- Existen varias pequeñas empresas artesanales que fabrican tejidos y prendas de vestir para uso local y para vender a los turistas.
- A nivel internacional la cadena empieza con los brokers que trasladan los productos a los grandes importadores y éstos a los diferentes minoristas como boutiques, supermercados, hoteles, tiendas especializadas así mismo la venta es por internet y catálogos.

A continuación se presenta el esquema correspondiente a la cadena actual a partir de las unidades productivas de tejidos de Puno.

## CADENA EXPORTADORA ACTUAL DE TEJIDOS DE ALPACA - PUNO



### **3. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE TEJIDOS DE ALPACA DE PUNO**

Para realizar el análisis de la capacidad competitiva de Puno como región exportadora de los tejidos de alpaca y definir las estrategias y las actividades del Plan Operativo, se aplicaron tres instrumentos que combinan el diagnóstico situacional y prospectivo con las aspiraciones del grupo humano involucrado en la cadena.

Los dos primeros instrumentos, el Diamante de Competitividad y el FODA<sup>3</sup> se complementaron con el diseño de la Cadena Futura<sup>4</sup> de los tejidos de Alpaca, 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.

También se tuvo como referencia conceptual la competitividad sistémica, que tiene en cuenta los diferentes capitales que requiere una sistema económico para ser competitivo y los niveles (meta, macro, meso y micro) en el que interactúan las diferentes variables para construir una región o una cadena competitiva.

Los instrumentos de análisis se aplicaron considerando la participación de actores involucrados en el esfuerzo exportador de los tejidos de alpaca: criadores, empresarios, funcionarios públicos, representantes de las universidades e institutos tecnológicos y organizaciones sin fines de lucro. La participación se efectuó en tres instancias: a) en talleres interactivos, b) en la Mesa de Trabajo de Artesanías, y c) mediante entrevistas y visitas de campo.

En los talleres 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 Competitivo de los tejidos de alpaca. También en los talleres se realizó el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas y se diseñó la Cadena Futura. Estos avances fueron completados por la Mesa de Trabajo de Artesanías y por el Equipo Consultor.

La cadena de valor deseable y que se estima posible de lograr al 2016, visualiza capacidades propias de gestión para los criadores y productores de fibra de alpaca y a todos los transformadores locales organizados y produciendo tejidos de calidad, con estándares internacionales de moda y con diversas presentaciones de la oferta exportable. Se visualiza también que los productores asociados han logrado una integración vertical hacia adelante, disponiendo de plantas de confecciones, pero también se canaliza la producción a través de otras empresas transformadoras de Puno, con las que se tiene alianzas estratégicas. Asimismo, las plantas transformadoras exportadoras se han integrado hacia atrás, estableciendo modernos centros de crianza y se han articulado con pequeños productores mediante una eficiente y equitativa cadena de proveeduría.

---

<sup>3</sup> En el Plan Estratégico Regional Exportador de Puno se explica las características de estos dos instrumentos..

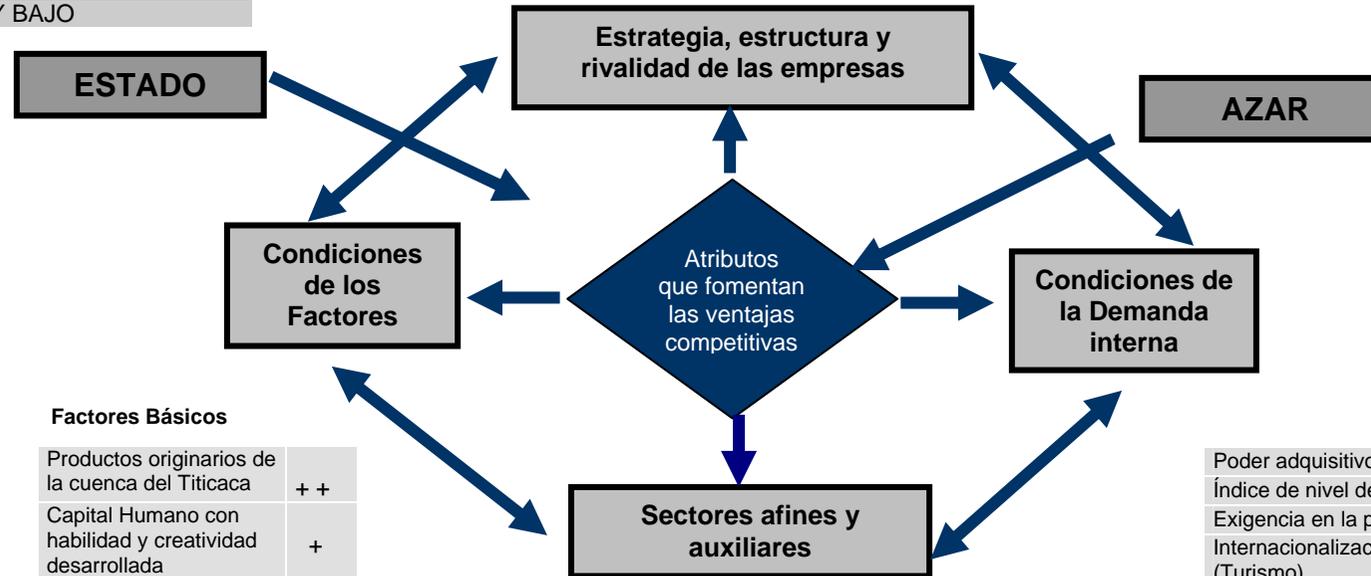
<sup>4</sup> Instrumento adaptado por Sonia Arce Serpa, Jefe del Equipo de Consultores.

# POP- TEJIDOS DE ALPACA DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Ley de promoción Artesanal 24052	-
Plan de Promoción del micro empresario artesanal y del artesano	-
Plan Exportador Producto artesanía	+
Presupuesto para el desarrollo productivo artesanal	-
Promoción de exportaciones	+ -
Proyectos de capacitación y asistencia técnica de gobiernos locales	-
Política de ciencia y tecnología	-
Presencia de técnicos especializados en talleres de artesanos	- -
Descentralización y desconcentración	-
MUY BAJO	

Empresas de exportación con producción estandarizada y formalizadas	-
Empresas productoras con experiencia demostrada	+ -
Prácticas de Asociatividad	+ -
Presencia de economía de subsistencia	- -
Concentración geográfica de actividades productivas	+ -
Liderazgo de organizaciones empresariales	+ -
Desarrollo productivo	+ -
Cadenas exportadoras articuladas	- -
Actitud de riesgo en inversiones	+ -
Competencia entre empresas locales	+ -
Estrategias para el desarrollo del sector	-
Internacionalización de las empresas	-
BAJO	

Coyuntura social y política	-
Inestabilidad del tipo de cambio	-



### Factores Avanzados

Corredores viales y económicos interconectados	+
Infraestructura vial	+
Infraestructura de telecomunicaciones	+ -
Capital humano especializado en aspectos técnico-productivos	+ -
Capital humano especializado en gestión empresarial y comercio exterior	-
Desarrollo tecnológico e innovación	-
Infraestructura aeroportuaria	+ -
MEDIO	

### Factores Básicos

Productos originarios de la cuenca del Titicaca	++
Capital Humano con habilidad y creatividad desarrollada ancestralmente (innata)	+
Condiciones climáticas para la crianza alpaquera	++
Preservación de la tradición artesanal de las culturas Pukará y Tiahuanaco	++
Revalorización de los diseños iconográficos de la Región (PHITAY)	++
MUY ALTO	

Servicios de enseñanza superior y técnico	-
Presencia de organismos que impulsan el desarrollo de la Artesanía (ONGs, Estado y privados)	+ -
Asesoría legal sobre propiedad intelectual	+ -
Relaciones de las universidades e institutos técnicos con el sistema productivo	+ -
Servicio de transferencia tecnológica	-
Servicios de diseño	-
Servicios de teñido	- -
Banca de fomento	- -
Servicios Aduaneros	+ -
Servicio Certificados de Origen	+
Servicios de asesoría empresarial	-
Proveedores de embalaje	-
Alianzas entre productores y proveedores	-
BAJO	

Poder adquisitivo	- -
Índice de nivel de pobreza	- -
Exigencia en la presentación	+ -
Internacionalización de la demanda (Turismo)	++
Exigencia de cumplimiento de compromisos	- -
Exigencia en diseño	-
BAJO	

## Análisis FODA Tejidos de Alpaca - Puno

FORTALEZAS
<p>F1: Artesanos capacitados en técnica productiva y gestión empresarial.</p> <p>F2: Existencia de instituciones de apoyo para la actividad artesanal</p> <p>F3: Existencia de organizaciones artesanales.</p> <p>F4: Variedad de materias primas e insumos aptos para la artesanía.</p> <p>F5: Habilidades naturales y creativas de la población para la artesanía</p> <p>F6: Identidad cultural en los diseños</p> <p>F7: Utilización de tintes naturales</p> <p>F8: Experiencia de producción artesanal.</p> <p>F9: Turismo es un mercado para la artesanía</p>

DEBILIDADES
<p>D1: Débil relación de organizaciones artesanales con instituciones que desarrollan la artesanía.</p> <p>D2: Resistencia a modificar sus técnicas y acabados</p> <p>D3: Escasa articulación interinstitucional para evitar duplicar acciones.</p> <p>D4: Producción orientada a satisfacer el mercado interno y el turístico.</p> <p>D5: Desconocimiento sobre calendario de ferias artesanales y mercados internacionales.</p> <p>D6: Equipos inadecuados y personal con escasa capacitación</p> <p>D7: Dificultad de acceso para aprovechar las ventajas por Internet.</p> <p>D8: Uso inadecuado de materia prima.</p> <p>D9: Escaso conocimiento sobre estandarización y calidad del producto.</p> <p>D10: Deficiente conocimiento de las tendencias de la moda y diseño para innovar.</p> <p>D11: Pequeñas empresas con deficiente gestión y organización empresarial.</p> <p>D12: Pérdida de valores culturales en diseños iconográficos ancestrales.</p> <p>D13: Desconocimiento de idiomas extranjeros por parte de los artesanos.</p> <p>D14: Ausencia de Centros de capacitación en producción artesanal</p>

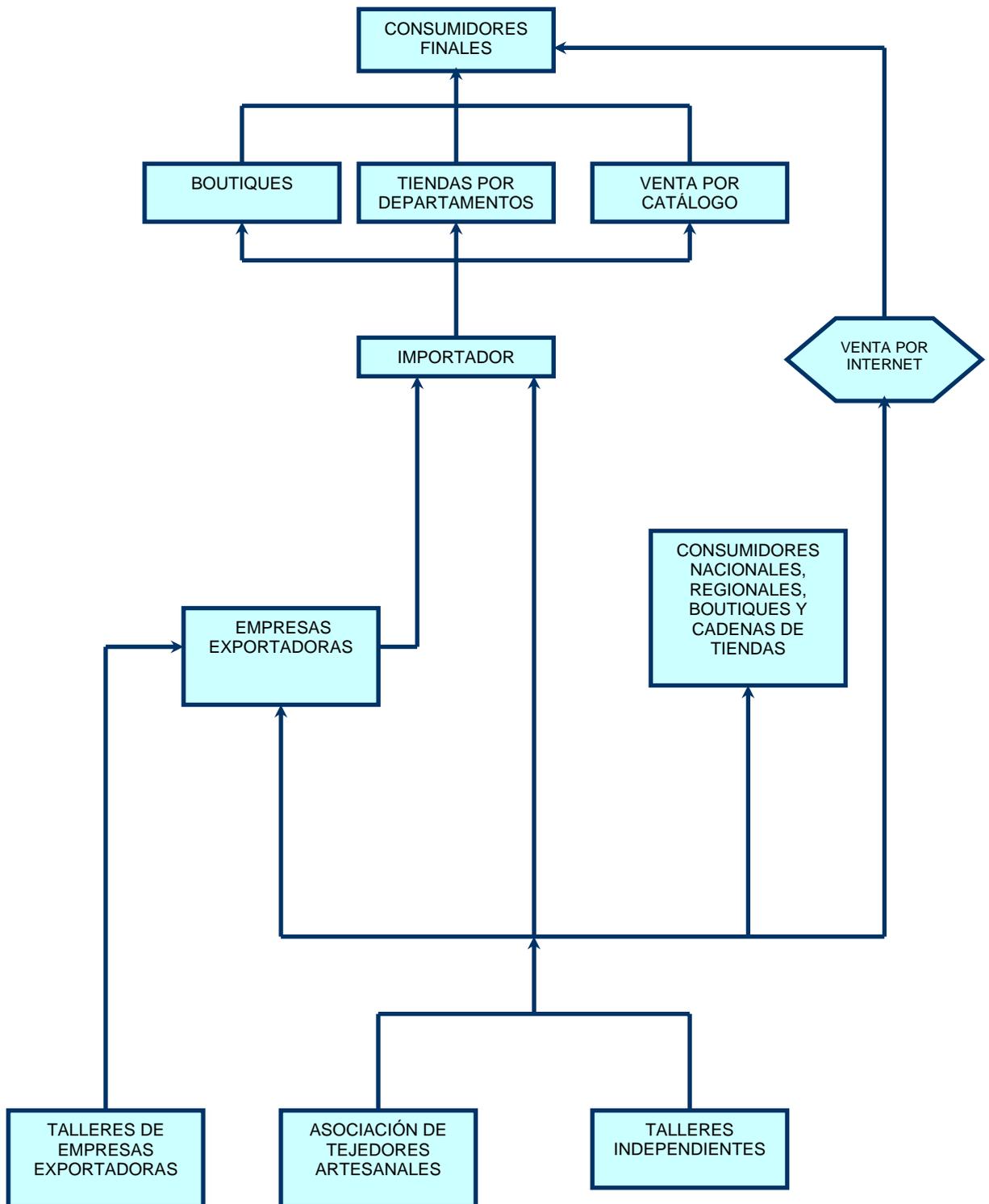


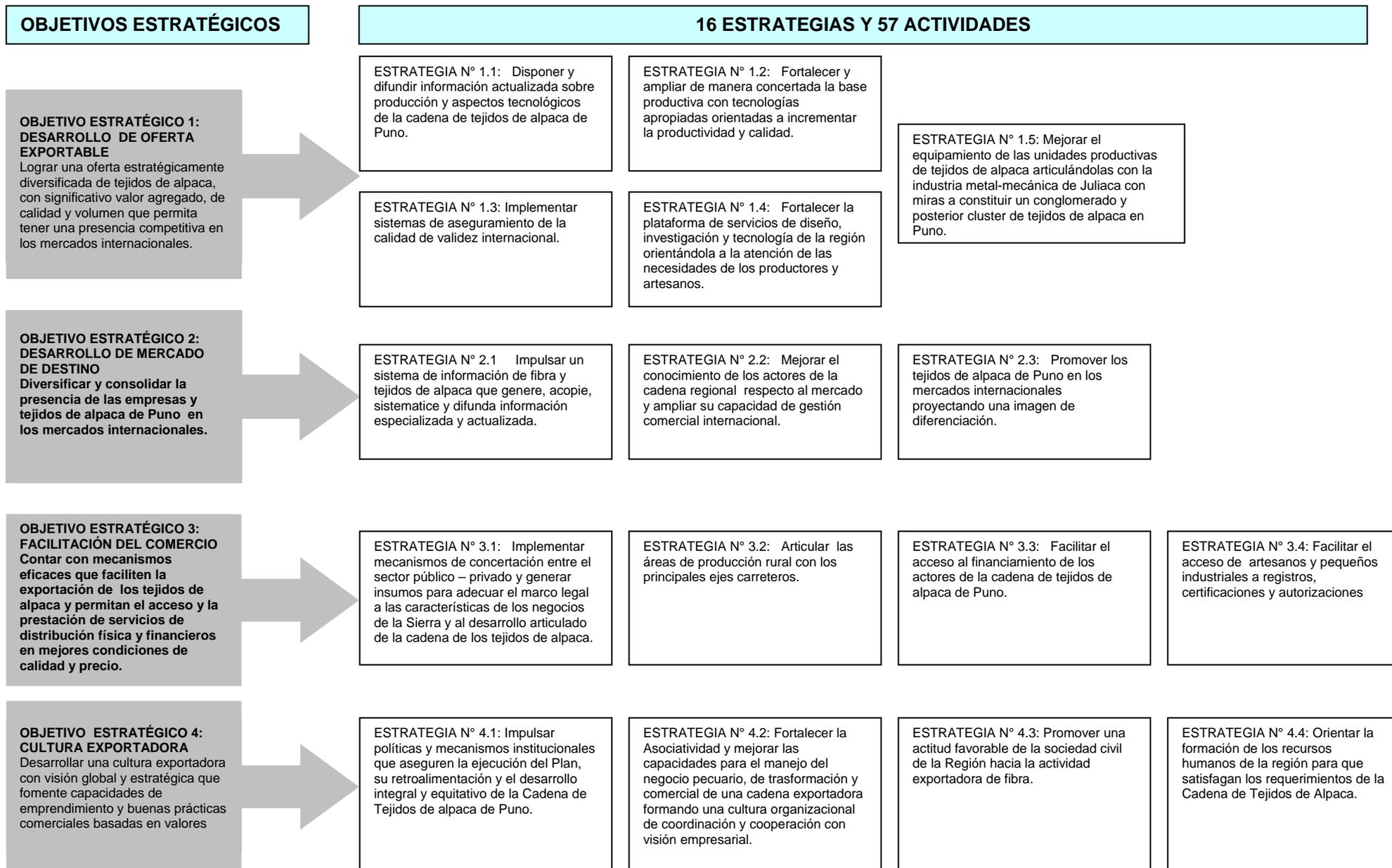
OPORTUNIDADES
<p>O1: Mercados internacionales con creciente demanda artesanal.</p> <p>O2: La creciente afluencia de turistas que demandan productos artesanales.</p> <p>O3: Existencia de tratados internacionales que posibilita la exportación de artesanía</p> <p>O4: Construcción de la carretera interoceánica para facilitar el comercio internacional de artesanía.</p> <p>O5: Aprovechamiento de los mecanismos existentes para facilitar las exportaciones regionales.</p> <p>O6: Servicios de PROMPEX y creación de Zona Económica Especial.</p>

AMENAZAS
<p>A1: Competencia de otros países que utilizan la materia prima procedente de la Región Puno.</p> <p>A2: La adaptación de alpacas en otros continentes, puede provocar que la región Puno pierda su hegemonía en la producción de la fibra de alpaca, afectando el desarrollo artesanal.</p> <p>A3: El dumping en el comercio internacional afecta el desarrollo artesanal.</p> <p>A4: Depredación de algunos insumos para tintes naturales.</p> <p>A5: Producción industrializada de modelos artesanales.</p> <p>A6: Importación de productos sustitutos a la fibra de alpaca</p> <p>A7: Ley del artesano obsoleta</p>



# CADENA FUTURA DE TEJIDOS DE ALPACA REGIÓN PUNO





**PLAN OPERATIVO DE TEJIDOS DE ALPACA – REGIÓN PUNO  
MATRIZ DE PLANIFICACIÓN**

<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 1</b>		<b>Lograr una oferta estratégicamente diversificada de tejidos de alpaca, con significativo valor agregado, de calidad y volumen que permita tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.</b>		
<b>ESTRATEGIA N° 1.1: Disponer y difundir información actualizada sobre producción y aspectos tecnológicos de la cadena de tejidos de alpaca de Puno.</b>				
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.1.1	2007 y después actualizaciones periódicas	Al 2007 se ha elaborado la base de datos. Actualizaciones anuales.	- Base de datos - Número de productores y procesadores registrados	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE
1.1.2		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	DR Agricultura DR PRODUCE Universidades ONGs
1.1.3		Al 2007 se ha diseñado el módulo de servicios. Al 2008 se implementa la base de datos del módulo de servicios e iniciado la divulgación.	- Base de datos - Número de proveedores de información registrados	<u>Mesa de Trabajo</u> DR Agraria DR PRODUCE
<b>ESTRATEGIA N° 1.2: Fortalecer y ampliar de manera concertada la base productiva con tecnologías apropiadas orientadas a incrementar la productividad y calidad.</b>				
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
1.2.1	2007 - 2008	Al 2008 se han realizado una misión nacional y una internacional.	- Número de participantes - Número de sitios visitados	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Organización de artesanos Universidades
1.2.2	2007 - 2011	Al 2007 se ha elaborado Proyecto de Desarrollo de C.E.O Al 2009 el Proyecto ha logrado un 80 % de ejecución.	- Documento del Proyecto - Presupuesto Participativo u otro financiamiento aprobado - Número de C.E.Os en operación	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo Organización Departamental de Productores
1.2.3	2007 - 2011	Al 2007 se ha ampliado en 20 % la cobertura de los Proyectos "Capacitación y Asesoramiento Técnico a artesanos. Del 2008 al 2011 se amplía la cobertura 20 % por año.	- Número de Proyectos y Programas - Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de provincias y distritos atendidos - Número de asociaciones, comunidades y artesanos capacitados	<u>MINCETUR /CITE</u> <u>Camélidos</u> PRODUCE ONGs
1.2.4	2007 - 2011	Al 2008 el 10% los talleres elaboran colecciones Años sucesivos se incrementa en un 20% cada año,	- Documentos de materiales de capacitación y extensión - Número de artesanos atendidos.	<u>CITE camélidos</u> PRODUCE ONGs

1.2.5	Difundir y promover el teñido con insumos naturales para la producción de tejidos ecológicos.	2008 - 2011	Al 2010 se ha elaborado un manual de teñido de acuerdo a la disposición de insumos y se ha capacitado a promotores de las asociaciones de artesanos y comunidades.	- Manual - Número de promotores formados	<u>Cite Camélidos</u> <u>ONGs</u>
1.2.6	Capacitar y brindar asistencia técnica en la implementación y gestión de unidades de producción artesanal, semi industrial e industrial	2007 - 2009	Al 2007 se ha formulado el Proyecto y gestionado el financiamiento Al 2008 se ha diseñado los contenidos, identificado los grupos objetivo e iniciado la actividad. Al 2009 se ha ejecutado el 100% de la actividad.	- Contenidos de la capacitación - Número de participantes	<u>Mesa de trabajo</u> <u>CITE Camelidos</u>
<b>ESTRATEGIA N° 1.3: Implementar sistemas de aseguramiento de la calidad de validez internacional.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERÍODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
1.3.1	Estandarizar los tejidos de alpaca para la obtención de calidades homogéneas.	2007 - 2009	Al 2007 el Comité Técnico de Normalización. CTN de la Alpaca inicia la elaboración de las normas sobre tejidos de Alpaca. Participan representantes de los artesanos y empresas industriales de Puno. Al 2009 se aprueban las Normas Técnicas	- Actas del CTN de Alpaca - Normas Técnicas aprobadas	<u>INDECOPI</u> <u>PRODUCE</u> <u>MINCETUR</u> <u>PROMPEX</u> Mesa de Trabajo
1.3.4	Capacitar y brindar asistencia técnica a los artesanos e industriales para la aplicación de las normas técnicas nacionales	2009 - 2010	Al 2010 se ha capacitado al 50 % de las organizaciones de artesanos y empresas industriales de Puno sobre las normas técnicas nacionales de tejidos de alpaca.	- Contenido de la capacitación. - Número de participantes. - Número de artesanos y empresas que aplican las normas técnicas.	<u>INDECOPI</u> <u>PRODUCE</u> <u>MINCETUR</u> <u>PROMPEX</u> Mesa de Trabajo
1.3.3	Realizar cursos y asistencia técnica sobre Buenas Prácticas de Manufactura de elaboración de Tejidos y estándares de calidad en especial para tallas y medidas oficiales.	2007 - 2008	Al 2007 se ha diseñado el programa de capacitación y Asistencia Técnica, se ha preparado el material de capacitación de BP de elaboración de tejidos de alpaca e iniciado la ejecución. Al 2008 se ha ejecutado el 70% del programa previsto y al 2009 el 95%.	- Documentos del material de capacitación y asistencia técnica - Número de participantes a cursos - Número de participantes en asistencia técnica	<u>PRODUCE</u> <u>DR PRODUCE</u> Asociación de Artesanos
<b>ESTRATEGIA N° 1.4: Fortalecer la plataforma de servicios de diseño, investigación y tecnología de la región orientándola a la atención de las necesidades de los productores y artesanos.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODOS DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
1.4.1	Alianzas estratégicas con las Universidades e Institutos técnicos para acciones de desarrollo tecnológico de la actividad artesanal e industrial de los tejidos de alpaca.	2007 - 2011	Al 2007 se ha establecido dos Convenios y al 2008 dos más. Al 2011 se han ejecutado cinco investigaciones sobre la fibra de alpaca.	- Número de Convenios - Número de investigaciones	<u>Mesa de Trabajo</u> Universidades Institutos técnicos
1.4.2	Ampliación de la cobertura de atención del CITE Camélidos de Juliaca y creación de un anexo en Puno del Centro de Innovación Tecnológica – CITE Camélidos que de soporte a los productores e industriales.	2007 - 2011	Al 2007 se tiene el Proyecto del CITE Camélidos de la ciudad de Puno elaborado y concertado. Al 2008 se logra el financiamiento del Proyecto. Al 2009 se inicia implementación del Centro. Cada año el CITE Camélidos ha incrementado un 20 % la cobertura de sus servicios.	- Documento del Proyecto - Documentos gestión de financiamiento - Documento de Proyecto definitivo - Número de artesanos y empresas atendidas por tipo de servicio.	<u>MINCETUR/ CITE</u> <u>Camélidos</u> Gobierno Regional Mesa de Trabajo

ESTRATEGIA N° 1.5: Mejorar el equipamiento de las unidades productivas de tejidos de alpaca articulándolas con la industria metal-mecánica de Juliaca con miras a constituir un conglomerado y posterior cluster de tejidos de alpaca en Puno.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
1.5.1	Brindar capacitación y asistencia técnica a las unidades productivas de tejidos de alpaca y las empresas que brindan servicios de mantenimiento y fabricación de equipos industriales de Juliaca sobre maquinaria semi industrial e industrial de tejido de punto.	2007 - 2009	Al 2008 se ha realizado un curso de capacitación y un programa de asistencia técnica en talleres y plantas. Al 2009 se ha complementado la acción anterior en temas específicos de acuerdo a lo observado el año anterior.	- Documentos de materiales de capacitación - Número de participantes.	PRODUCE Mesa de Trabajo Organización de metal mecánica de Juliaca
1.5.2	Equipamiento con maquinaria especializada para el tejido de punto de alpaca acorde con los niveles de capital de los artesanos y empresas industriales.	2007 -2011	Al 2011 un 50 % de las unidades productivas de tejidos de alpaca han modernizado sus maquinarias y equipos.	- Número de agricultores que han ampliado mecanización y equipamiento - Número de procesadoras que han mejorado maquinarias y equipos	DR PRODUCE Asoc. de Productores Asoc. De Artesanos
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 2</b>		<b>Diversificar y consolidar la presencia de las empresas y tejidos de alpaca de Puno en los mercados internacionales.</b>			
ESTRATEGIA N° 2.1: Impulsar un sistema de información de prendas de vestir y otras confecciones de tejido de punto de alpaca que genere, acopie, sistematice y difunda información especializada y actualizada.					
ACCIONES ESPECÍFICAS	PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES	
2.1.1	Diseñar y establecer un módulo de información sobre de tejidos de alpaca integrado a un Sistema Regional de información de la alpaca.	2008 Años posteriores se actualiza	El 2008 se ha diseñado he implementado el módulo que incluye los siguientes temas: (i) Base de datos de artesanos, empresas semi industriales e industriales, organizaciones asociativas y proveedores; (ii) información técnica sobre tejidos; (iii) mercados y (iv) aspectos normativos y procedimientos relacionados a la producción y la exportación.	- Documento de diseño - Número instituciones integrantes del sistema como generadores y sistematizadores de información - Número de medios de difusión - Número de usuarios	Mesa de Trabajo DR PRODUCE DIRCETUR Universidades ONGs
2.1.2	Conformar un Comité Técnico sobre Mercados en la Mesa de Trabajo de la Artesanías.	2007 - 2011	Al 2007 se ha constituido Comité Técnico y establecido Plan Operativo Anual. Al 2011 se ha cumplido el 90 % de los Planes Operativos Anuales.	- Un Comité Técnico constituido - Actividades coordinadas o ejecutadas	Mesa de Trabajo
2.1.3	Elaborar estudios de mercado prioritariamente de EE.UU., Japón, Francia, España, Canadá y Australia., para prendas de vestir de tejidos de punto de alpaca. En el mercado europeo investigar el nicho de Comercio Justo.	2007 - 2011	Cada año se han realizado dos estudios de mercado y se definen estrategias de consolidación o penetración.	- Número de estudios de mercado	PROMPEX DIRCETUR Comité Técnico de mercados de la Mesa de Trabajo
2.1.4	Realizar el seguimiento de la producción y exportaciones de otras regiones de Perú, de Bolivia, China e Italia.	2007 - 2011	Cada semestre se ha emitido reportes de inteligencia de mercados.	- Número de reportes	Comité Técnico de Mercados de la Mesa de Trabajo PROMPEX DIRCETUR
ESTRATEGIA N° 2.2: Mejorar el conocimiento de los actores de la cadena regional 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 artesanos y pequeños industriales de tejidos de alpaca en la búsqueda e interpretación de información de mercados.	2008	El 2008 se ha realizado un curso de capacitación a representantes de organizaciones de artesanos, de pequeñas empresas industriales e instituciones de promoción y desarrollo sobre el acceso a fuentes de información de mercados y la interpretación de la data.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	PROMPEX MINCETUR DIRCETUR
2.2.2	Intervenir emitiendo opinión en las Negociaciones Internacionales de acuerdos comerciales y otros temas relacionados al acceso a los mercados internacionales.	2007 - 2011	Al 2007 los organismos centrales responsables de las Negociaciones Internacionales han incluido a la Mesa de Trabajo en la relación de organizaciones de consulta. Al 2011 la Mesa de Trabajo ha informado a las autoridades sobre problemas de acceso a los mercados y emitido opinión o respondido 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	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR MINCETUR M RR.EE. PRODUCE
2.2.3	Establecer relaciones de cooperación e integración con principales socios comerciales nacionales y del extranjero.	2007 - 2009	Al 2009 el 30% de las empresas procesadoras exportadoras de la región han establecido alianzas estratégicas con algún comprador.	- Número de organizaciones de artesanos y de pequeñas empresas industriales. - Número de acuerdos, convenios o contratos	<u>Organizaciones de artesanos y pequeñas empresas</u> PROMPEX DIRCETUR
<b>ESTRATEGIA N° 2.3: Promover los tejidos de alpaca de Puno en los mercados internacionales proyectando una imagen de diferenciación.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
2.3.1	Elaborar un estudio para el posicionamiento de marca de los tejidos de alpaca de Puno en los mercados internacionales.	2008	Al 2008 se ha elaborado el estudio.	- Documento del Estudio	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo PROMPEX
2.3.2	Rediseñar y ampliar la cobertura de la página web sobre la oferta regional de tejidos de alpaca. Colocarla en el Portal Regional, en el SIICEX y otros canales de difusión.	2008	Al 2007 se amplía la difusión de la oferta exportable de tejidos de alpaca de Puno a través de una página web.	- Una página web - Número de portales de alojamiento	<u>DIRCETUR</u> CERX Puno Mesa de Trabajo SIICEX
2.3.3	Realizar un informe técnico sobre signos distintivos para definir el que más convenga e implementarlo.	2007 - 2009	Al 2007 se dispone de un informe que define cual es el signo distintivo más conveniente para los tejidos de alpaca de Puno. Al 2009 se ha implementado el signo distintivo recomendado.	- Documento del informe técnico - Documento de aprobación del signo distintivo	<u>INDECOPI</u> Mesa de Trabajo
2.3.4	Conformar un archivo de fotos para fines de promoción comercial.	2007 - 2008	Al 2008 se cuenta con un archivo con material fotográfico de buena calidad para impresos.	- Número de fotos - Número de empresas e instituciones que usan el archivo	<u>Gobierno Regional</u> DIRCETUR Mesa de Trabajo
2.3.5	Diseñar y editar un Catalogo virtual e impreso en varios idiomas (mínimo español, inglés, alemán y japonés) de la oferta Regional de Tejidos de alpaca presentando las colecciones anuales	2007 - 2011	Al 2008 se cuenta con un Catálogo virtual que se actualiza permanentemente Al 2009 se cuenta con un Catálogo impreso que se edita anualmente.	- Un Catálogo virtual - Tiraje de la impresión del Catálogo impreso	<u>Gobierno Regional</u> DIRCETUR Mesa de Trabajo
2.3.6	Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios, ferias internacionales.	2008 - 2011	Al 2007 por lo menos una asociación de artesanos exportadores participa en un evento internacional. Al 2011 el 50% de las empresas de artesanos	- Número de eventos de promoción comercial - Número de empresas participantes	<u>DIRCETUR</u> PROMPEX M. RR.EE Empresas y/o

			exportadoras participan en eventos internacionales de promoción comercial.		Asociaciones de Artesanos Empresas industriales
2.3.7	Difundir en el exterior las ventajas de los productos de alpaca y la oferta exportable de Puno coordinando con Misiones diplomáticas del Perú en el exterior.	2007 - 2008	Al 2008 se informa a todas las delegaciones diplomáticas y Consejeros comerciales sobre la oferta exportable de tejidos de alpaca de Puno.	- Documentos de información - Número de delegaciones diplomáticas informadas	<u>M. RR.EE.</u> Mesa de Trabajo
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 3</b>		<b>Contar con mecanismos eficaces que faciliten la exportación de los tejidos de alpaca y permitan el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.</b>			
ESTRATEGIA N° 3.1: Implementar mecanismos de concertación entre el sector público – privado y generar insumos para adecuar el marco legal a las características de los negocios de la Sierra y al desarrollo articulado de la cadena de los tejidos de alpaca.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.1.1	Elaborar un documento que analice las políticas, funciones y capacidades de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales que den o puedan dar soporte al desarrollo de la cadena de los tejidos de alpaca de Puno.	2007	Al 2007 se conocen las funciones y capacidades de las instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena de los tejidos de alpaca.	- Documento de análisis - Número de instituciones públicas que dan o pueden dar soporte a la cadena de tejidos de alpaca	<u>Mesa de Trabajo</u> Gobierno Regional
3.1.2	Analizar la situación jurídica y tributaria de las Organizaciones Asociativas de los Artesanos y de las pequeñas industrias de tejidos para proponer cambios al marco normativo y procedimientos en caso limite su fortalecimiento y articulación con el mercado.	2007	Al 2007 se ha elaborado un informe que incluye diagnóstico y propuestas de solución.	- Documento del Informe	<u>Mesa de Trabajo</u>
3.1.3	Establecer un Acuerdo de Competitividad de la Cadena de Tejidos de Alpaca de Puno, tomando como referencia para los compromisos el documento generado en la actividad 3.1.1 y 3.1.2.	2008	Al 2008 se ha establecido un Acuerdo de Competitividad que define mecanismos y acciones concretas por parte del Estado para facilitar el desarrollo de la cadena de Tejidos de Alpaca en Puno. Los agentes económicos se comprometen a logros de inversión, producción, productividad, calidad y exportaciones.	- Número de instituciones públicas participantes - Número de organizaciones de productores y empresas procesadoras participantes - Número de compromisos del sector público - Número de compromisos del sector privado	<u>CNC</u> Gobierno Regional MINCETUR MINAG PRODUCE Mesa de Trabajo Organizaciones de productores Procesadores
ESTRATEGIA N° 3.2: Articular las áreas de producción rural con los principales ejes carreteros.					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.2.1	Elaborar un diagnóstico sobre la situación de la conexión vial de las zonas de producción de fibra de alpaca a las redes troncales y propuesta para su mejora.	2007	Al 2007 se ha elaborado el diagnóstico y propuesta de mejoramiento de la infraestructura vial de carácter regional y local	- Documento de diagnóstico	<u>DR Transp. y Com.</u> <u>DR Agraria</u>
3.2.2	Incorporar en el presupuesto participativo del Gobierno Regional y Gobiernos locales la mejora de los accesos viales priorizados según documento generado en la actividad 3.2.1.	2007	En el 2007 y 2008 se han formulado proyectos para Presupuesto Participativo de los años 2008 y 2009 respectivamente	- Número de Proyectos - Número de caminos proyectados - Monto de presupuesto	<u>Gobierno Regional</u> <u>Gobiernos locales</u>

3.2.3	Habilitar servicios de ADUANA para exportar tejidos de alpaca desde el Aeropuerto de Juliaca (Puerto Seco).	2007-2008	Al 2008 los exportadores de tejidos de alpaca de Puno pueden realizar los tramites de exportación y embarque internacional desde el Aeropuerto de Juliaca	- Directiva de SUNAT/ADUANAS implementando el servicio - Numero de operaciones de exportación desde el Aeropuerto de Juliaca	SUNAT CORPAC MTC MINCETUR
<b>ESTRATEGIA N° 3.3: Facilitar el acceso al financiamiento de los actores de la cadena de tejidos de alpaca de Puno.</b>					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.3.1	Elaboración y difusión de una Guía Básica de información sobre los instrumentos financieros y requisitos de acceso.	2007 - 2008	Al 2007 se ha elaborado la base de datos que es parte del módulo de proveedores del Sistema de Regional Integrado de Información de Tejidos de alpaca. Al 2008 se ha elaborado la Guía Básica y se ha difundido. Los años siguientes se actualiza periódicamente.	- Número de fuentes de financiamiento registradas - Documento de la Guía - Tiraje de la impresión del documento	<u>Mesa de Trabajo</u> Cámaras de Comercio de Puno y Juliaca. BCR Puno ONGs APCI
3.3.2	Coordinar con fuentes de financiamiento la canalización de recursos a los actores de la cadena de tejidos de alpaca.	2007 - 2011	Al 2008 se han establecido mecanismos de coordinación con las principales fuentes de financiamiento de la Región. Al 2007 se ha presentado la Mesa de Trabajo a otras fuentes de financiamiento retornables y no retornables como interlocutor de la cadena.	- Monto de créditos otorgados a los artesanos y pequeños industriales de tejidos de alpaca.	<u>Mesa de Trabajo</u> Cámaras de Comercio de Puno y Juliaca ONGs
<b>ESTRATEGIA N° 3.4 : Facilitar el acceso de artesanos y pequeños industriales a registros, certificaciones y autorizaciones</b>					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODOS DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES
3.4.1	Capacitar y asesorar en la formalización de las unidades productivas.	2007 - 2011	Al 2008 se han realizado cursos de capacitación sobre aspectos legales, administrativos y tributarios de las unidades productivas pecuarias y artesanales. Al 2011 están formalizadas el 70 %.	- Contenido de los Cursos - Número de participantes	<u>MINTRA/DR Trabajo</u> SUNAT DIRCETUR DR PRODUCE
	Brindar acompañamiento a las unidades productivas formalizadas para que cumplan las obligaciones tributarias y laborales	2007 - 2011	Al 2011 se ha monitoreado al 60 a6 de las empresas formalizadas	- Número de empresas monitoreadas	<u>MINTRA/DR Trabajo</u> SUNAT DIRCETUR DR PRODUCE
3.4.5	Gestionar la certificación de comercio justo de las organizaciones de artesanos.	2008 - 2011	Al 2008 se ha diseñado y aprobado un mecanismo que facilita la gestión y financiamiento para cubrir la certificación. Al 2011 las unidades certificadas actúan plenamente en el mercado de Comercio Justo.	- Línea de Crédito puesta a disposición - Número de organizaciones artesanales	<u>Mesa de Trabajo</u> <u>MINCETUR</u> <u>PRODUCE</u> <u>ONGs</u>
<b>OBJETIVO ESTRATÉGICO N° 4</b>		<b>Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.</b>			
<b>ESTRATEGIA N° 4.1: Impulsar políticas y mecanismos institucionales que aseguren la ejecución del Plan, su retroalimentación y el desarrollo integral y equitativo de la Cadena de Tejidos de alpaca de Puno.</b>					
ACCIONES ESPECÍFICAS		PERIODO DE EJECUCIÓN	METAS	INDICADORES	INSTITUCIONES PARTICIPANTES

4.1.1	Fortalecimiento de Mesa de Trabajo de Artesanías para que lidere ejecución del Plan Operativo de Tejidos de Alpaca de Puno.	2007 - 2011	Al 2007 se reconoce la Mesa de Trabajo como interlocutor de la cadena exportadora de tejidos de alpaca y elabora su primer Plan Operativo Anual. Al 2011 se ha logrado la ejecución del 80 % de los Planes Operativos Anuales	- Norma de reconocimiento - Documentos de Planes, Actas, Acuerdos de Convenios.	<u>Gobierno Regional</u> Mesa de Trabajo MINCETUR CNC
4.1.2	Articular las políticas, proyectos y programas que se ejecutan en Puno para el desarrollo de los tejidos de alpaca con el desarrollo integral de la cadena alpaquera de Puno.	2007 - 2011	Al 2007 se dispone del Plan Operativo de la cadena alpaquera y se han articulado las políticas y proyectos públicos y privados institucionales y privados.	- Plan Operativo de la cadena Alpaquera de Puno - Número de Instituciones que coordinan actividades - Número de actividades coordinadas	<u>CERX</u> Mesa de Trabajo Gobierno Regional MINCETUR DIRCETUR PRODUCE DR PRODUCE MINAG DR Agraria
4.1.3	Realizar el seguimiento y evaluación del desempeño de la cadena de Tejidos de alpaca de Puno.	2007 - 2008	Al 2007 se ha diseñado el sistema evaluación del desempeño de la cadena de tejidos de alpaca. Se implementa el 2008.	- Red electrónica para seguimiento de ejecución del POP y POAs	<u>Mesa de Trabajo</u> CERX DIRCETUR
<b>ESTRATEGIA Nº 4.2: Fortalecer la Asociatividad y mejorar las capacidades para el manejo del negocio del tejido y confección de exportación formando una cultura organizacional de coordinación y cooperación con visión empresarial.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
4.2.1	Capacitar y asesorar en gestión de Organizaciones Asociativas.	2007 - 2011	El 2007 se ha capacitado y asesorado al 20% de las Asociaciones. Al 2011 el 70 % de Asociaciones tienen Planes Operativos en ejecución.	- Programa de la capacitación - Número de participantes - Documentos de Planes Operativos	<u>Mesa de Trabajo</u> CERX Organización de Artesanos y MYPES de tejidos Gobierno Regional MINCETUR
4.2.2	Capacitar y asesorar a los artesanos y pequeños industriales sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación,	2008	El 2008 se ha capacitado y asesorado sobre mecanismos de articulación de cadenas de exportación.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX PUNO</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.3	Impulsar el establecimiento de un Pacto social entre criadores, industriales y artesanos de la cadena alpaquera regional y nacional.	2007 - 2008	El 2007 se han definido las bases del Pacto Social. Al 2008 se ha iniciado el establecimiento de pactos con la firma de dos acuerdos.	- Número de Organizaciones de productores, de artesanos, de pequeña y gran industria participantes - Número de acuerdos	<u>Mesa de Trabajo</u> MINCETUR, PRODUCE MINAG Organizaciones de Productores Industriales
4.2.4	Capacitar y asesorar en técnicas de negociación y establecimiento de contratos con compradores nacionales e internacionales.	2007 - 2008	El 2008 se ha capacitado en técnicas de negociación y establecimiento de contratos (Ambas actividades son parte de un Programa de capacitación para los actores de las cadenas exportadoras de Puno).	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX PUNO</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de trabajo
4.2.5	Impulsar la formación de Consorcios para la	2007 - 2011	Al 2008 se han establecido Consorcios.	- Número de Consorcios	<u>PRODUCE</u>

	comercialización nacional y la exportación.		Al 2011 la comercialización directa de la producción artesanal es realizada principalmente por Consorcios.	- Volumen de ventas de los Consorcios	DR de Producción MINAG DR Agraria ONGs Organizaciones de Artesanos y Pequeñas Industrias
4.2.6	Capacitación en instrumentos de gestión de las unidades artesanales y pequeñas industrias del tejido.	2007 - 2008	Al 2007 los artesanos con talleres y pequeños industriales han participado en una actividad de capacitación en Planes de Negocios. Al 2008 los artesanos y pequeños industriales han participado en un curso sobre gestión de empresas textiles. Al 2008 los artesanos con talleres y pequeños industriales han participado en un curso sobre Buenas Prácticas Comerciales.	- Documentos de contenidos del curso - Número de participantes	<u>CERX PUNO</u> MINCETUR DIRCETUR Mesa de Trabajo (La capacitación es organizada por el CERX para diferentes cadenas exportadoras de la Región)
4.2.7	Realizar un Concurso para incentivar entre los artesanos la innovación tecnológica, de diseño y comercial.	2007 - 2011	El 2007 se diseña el concurso El 2008 se realiza la primera versión del Concurso. Los años siguientes se replica el Concurso.	- Documento de Convocatoria y Bases - Número de propuestas recibidas - Número de iniciativas premiadas	<u>Gobierno Regional</u> DIRCETUR DR Produce
<b>ESTRATEGIA Nº 4.3: Promover una actitud favorable de la sociedad civil de la Región hacia la actividad exportadora de tejidos de alpaca.</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
4.3.1	Elaborar y difundir periódicamente artículos y notas de prensa sobre la producción y exportación de Tejidos de Alpaca y los avances de la ejecución del Plan Operativo.	2007- 2011	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.	- Documento de política de difusión - Número de artículos y notas de prensa	<u>Mesa de Trabajo</u> DIRCETUR
4.3.2	Oficializar a la cadena de la alpaca como Producto Bandera de Puno.	2007	Al 2007 la alpaca es reconocida oficialmente como Producto Bandera de Puno.	- Ordenanza de aprobación	<u>Gobierno Regional</u>
<b>ESTRATEGIA Nº 4.4: Orientar la formación de los recursos humanos de la región para que satisfagan los requerimientos de la Cadena de Tejidos de Alpaca</b>					
<b>ACCIONES ESPECÍFICAS</b>		<b>PERIODO DE EJECUCIÓN</b>	<b>METAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>
4.4.1	Elaboración e incorporación de contenidos sobre la alpaca y sus manufacturas en la currícula escolar de la región.	2007 - 2008	Al 2008 se ha incorporado en la currícula de primaria y secundaria de los colegios de Puno contenidos referidos a los aspectos históricos, pecuarios, industriales y económicos de la fibra y tejidos de alpaca.	- Documento de contenidos - Aprobación por las autoridades educativas de la Región	<u>DR de Educación</u> Gobierno Regional
4.4.2	Incorporación de cátedras especializadas en alpaca y sus manufacturas en las carreras de Zootecnia, Ingeniería Industrial, Economía y Administración en las Universidades e Institutos Tecnológicos de Puno.	2007- 2008	Al 2008 se ha incorporado en la Currícula de las Universidades las cátedras sobre fibra y tejidos de alpaca.	- Documento de syllabus - Aprobación por las autoridades universitarias	<u>Universidades Regionales</u> <u>Institutos Tecnológicos</u>

## **BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES**

- Banco Central de Reserva, Departamento de Estudios Económicos. Puno
- Cámara de Comercio de Puno. Directorio Empresarial e Institucional. Puno 2006
- Cámara de Comercio de Puno. Registros de Certificados de Origen. Puno 2006
- Equipo Técnico Región Puno - Documentos de Trabajo. Puno 2006
- Instituto CUANTO. Richard Webb y Graciela Fernández Baca, Anuario Estadístico Perú en Números 2005.. Lima 2005.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. Plan Operativo Exportador d Prendas de Alpaca. Lima, 2004.
- PROMPEX. Ángela Reyes Gerencia del Sector Textil, Confecciones y Accesorios. El mercado Internacional de las Prendas de Alpaca. Exposición versión en Power Point.
- <http://www.aduanet.gob.pe/operatividadAduana/index.html>
- <http://www.incalpaca.com>
- <http://www.michel.com.pe>
- <http://www.prompex.gob.pe>
- <http://www.prosur.com.pe>
- [http://hdr.undp.org/statistics/data/hdi\\_rank\\_map.cfm](http://hdr.undp.org/statistics/data/hdi_rank_map.cfm)
- <http://hdr.undp.org/statistics/data/indicators.cfm?x=1&y=1&z=1>
- [http:// unstats.un.org//unsd/comtrade](http://unstats.un.org//unsd/comtrade)

## **PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DE TEJIDOS DE ALPACA PUNO**

- Equipo Consultor del Consorcio SASE-KIPU
    - Sonia Arce Serpa
    - Vilma Gómez Galarza
    - Jessica Agüero Rosales
    - Roberto Seminario
  - Mesa de Trabajo de Artesanías de Puno
    - Rosa Colquehuanca Rojo. Federación de Artesanos Puno
    - Juana García Pineda. DIRCETUR Puno
    - Ulises Peñaloza P. Proyecto Corredor Puno - Cuzco
    - Isauro Aliaga Ortega. Gerencia de Desarrollo Económico, GR Puno
    - Rosa Sarmiento Mena. DIRCETUR Puno
- Coordinador Regional: Jorge Caro Escárcena. Gerencia de Desarrollo Económico, Gobierno Regional de Puno