

PERX

Plan Regional Exportador



AREQUIPA



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

HACIA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA PERUANA

El PERX Arequipa ha sido elaborado en el marco del Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX 2025, con el soporte metodológico del Banco Mundial y bajo un enfoque competitivo y participativo a partir del aporte de empresarios, gremios, universidades, así como de autoridades regionales y locales de la región Arequipa.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Gobierno Regional de Arequipa

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	7
2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN DEL PENX 2025	11
3. ARTICULACIÓN DE PLANES DE EXPORTACIÓN NACIONALES Y REGIONALES	15
4. IDENTIFICACION DE BRECHAS DE COMPETITIVIDAD REGIONAL	19
5. PERX AREQUIPA: ACCIONES REGIONALES, INDICADORES Y METAS	35
6. ENTIDADES INVOLUCRADAS Y RESPONSABLES	43
7. MARCO LÓGICO	55
8. CONCLUSIONES	83
ANEXOS	85
ANEXO N° 1: ASPECTOS GENERALES DE AREQUIPA.....	86
A) Aspectos geográficos y recursos naturales	86
B) Población e indicadores sociales.....	88
C) Infraestructura y corredores económicos.....	90
D) Dinámica productiva y exportadora	92
E) Principales sectores productivos.....	94
F) Dinámica empresarial exportadora.....	96
G) Principales productos de exportación.....	98
H) Principales productos agroindustriales de exportación	100
ANEXO N° 2: MATRICES FODA POR PILARES DEL PENX 2025.....	106
A) Matriz FODA del Pilar 1.....	106
B) Matriz FODA del Pilar 2.....	107
C) Matriz FODA del Pilar 3.....	108
D) Matriz FODA del Pilar 4.....	109
ANEXO N° 3: PRINCIPALES PROYECTOS EJECUTADOS QUE FORTALECEN LA CADENA EXPORTADORA EN AREQUIPA	112
A) Ejecutados desde el Gobierno Nacional	112
B) Ejecutados desde el Gobierno Regional.....	112
ANEXO N° 4: IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE ACTORES.....	113
A) Sector público.....	113
B) Sector privado	114
C) Sector académico.....	115
D) Organismos no gubernamentales	115
ANEXO N° 5: IDENTIFICACIÓN DE MARCAS PROPIAS REGIONALES	116
ANEXO N° 6: ACRÓNIMOS, PROGRAMAS Y SIGLAS	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Brechas de competitividad de Arequipa.....	26
Tabla 2: Mesas de trabajo por cadenas identificadas.....	35
Tabla 3: Indicadores para las acciones específicas de la cadena Agrícola, Alimentos y Derivados.....	36
Tabla 4: Indicadores para las acciones específicas de la cadena Servicios.....	38
Tabla 5: Indicadores para las acciones específicas de la cadena Moda.....	39
Tabla 6: Indicadores para las acciones específicas de la cadena Manufactura.....	40
Tabla 7: Entidades involucradas y responsables por acción – Cadena Agrícola, Alimentos y Derivados.....	44
Tabla 8: Entidades involucradas y responsables por acción – Cadena Servicios.....	46
Tabla 9: Entidades involucradas y responsables por acción – Cadena Moda.....	50
Tabla 10: Entidades involucradas y responsables por acción – Cadena Manufactura.....	52
Tabla 11: Marco lógico del PERX Arequipa.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: PENX 2025 – Pilares, objetivos estratégicos y líneas de acción.....	12
Gráfico 2: Articulación entre planes nacionales y regionales.....	16
Gráfico 3: Metodología para la actualización del PERX Arequipa.....	22



1

INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX 2025) cuya elaboración estuvo a cargo de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente fue aprobado el 09 de diciembre de 2015. El proceso de elaboración del PENX 2025 incluyó la participación de entidades públicas y privadas relacionadas al comercio exterior y contó con el apoyo del Banco Mundial (BM) en la parte metodológica.

El PENX 2025 promueve una serie de iniciativas en materia de política pública con el propósito de consolidar la inserción comercial del Perú en la economía global. Dicha consolidación depende de factores que están bajo el control de la política pública y otros exógenos a la misma. El objetivo del PENX 2025 es influir en los primeros de forma tal que el país aproveche a plenitud las oportunidades de mercado, fortalezca su ventaja competitiva exportadora, promueva la facilitación del comercio exterior y la innovación, así como la generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora a nivel nacional.

La internacionalización de las empresas peruanas es un aspecto central del PENX 2025, supone establecer condiciones para que las capacidades empresariales se fortalezcan y las empresas puedan insertarse de forma exitosa en los mercados mundiales. Para ello, el PENX 2025 define tres objetivos estratégicos, cuatro pilares, quince líneas de acción y noventa y cuatro programas. Asimismo, el PENX 2025 reconoce la distribución regional de las empresas y la influencia de los gobiernos regionales y locales en el desarrollo económico, social y productivo. En función de ello, la estrategia nacional contempla proyectos y actividades que responden a la dinámica productiva y exportadora de cada una de las regiones del país. Por tanto, identificar la oferta exportable actual y potencial de cada región y territorio, es clave para el cumplimiento de los objetivos del PENX 2025. El proceso de identificación se resume en la actualización de los planes regionales de exportación, conocidos como PERXs.

El proceso de actualización de los PERXs toma un tiempo debido a que los planes

regionales requieren de procesos de consulta con actores privados y públicos, así como la recolección de información estadística y la evaluación de capacidades regionales de apoyo efectivo a las iniciativas de exportación. En esta ocasión, se ha seleccionado a la región Arequipa debido a que la misma destaca como una de las regiones con mayor potencial de desarrollo en el país. Este potencial se basa en su ingente riqueza de recursos naturales, una diversidad de pisos ecológicos y climas propicios para la producción agrícola¹, disponibilidad hídrica² y uno de los mayores índices de capital humano del país³, lo que se refleja en una amplia diversificación de las actividades económicas y una productividad laboral superior al promedio nacional⁴, en lo que también tiene incidencia el desarrollo de importantes proyectos mineros⁵ que, al mismo tiempo, han permitido el desarrollo de servicios auxiliares a la minería⁶. Estos factores han determinado que Arequipa se constituya en la segunda economía regional del país. Asimismo, Arequipa cuenta con una importante dotación de capital humano y variada oferta turística al contar con un conjunto de atractivos que comprende el

turismo cultural, de aventura, ecoturismo, vivencial, de sol y playa, de congreso y convenciones, y gastronómico. El centro histórico de la ciudad ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y, la danza del Wititi, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en diciembre de 2015. Sin embargo, la región de Arequipa enfrenta retos en materia productiva y de ampliación y diversificación de exportaciones, tales como: i) Desarrollar proyectos de ampliación del puerto de Matarani para instalar cadenas de frío modular y mejorar los servicios logísticos; ii) Crear e implementar laboratorios de certificación de calidad; y iii) Incrementar el conocimiento y difusión de tecnologías para la producción y exportación.

El objetivo principal de la actualización del PERX Arequipa es promover soluciones para enfrentar de forma efectiva las brechas de competitividad exportadora regional identificadas. Así como el PENX 2025, el PERX Arequipa considera la recolección de visiones de actores de la región, privados, públicos y de la academia. De esta manera el PERX Arequipa se concentra en la

¹ Entre los principales cultivos de la región se encuentran la cebolla, el ajo, el arroz y la papa, asimismo existen nuevos cultivos con potencial exportador entre los que se tiene a la uva, la quinua y la alcachofa.

² Los principales ríos de la región son ocho, de los cuales, tres cuentan con infraestructura para el desarrollo de la actividad agrícola: el río Yauca, el río Camaná (o también conocido como Majes) y el río Quilca.

³ El nivel educativo alcanzado por la población arequipeña de 15 y más años es más alto que el promedio del país; en particular, en el nivel superior donde alcanza el 37,50% versus el 28,90% a nivel nacional (2015).

⁴ Expresados en miles de soles a precios del 2007; Arequipa presenta una productividad de 34,20% lo cual es superior al promedio nacional de 26,70% (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo e INEI. 2014)

⁵ El principal producto de la región es el cobre; con la reciente ampliación realizada por la empresa Cerro Verde, Arequipa ocupa el primer lugar en la producción de este metal a nivel nacional. Asimismo, en la región se encuentra el proyecto Tía María de Southern Perú Cooper Corp., que aumentará la producción anual de cobre en 120 mil T.M.F.

⁶ Conformado principalmente por los servicios de perforación, certificadoras, consultoras y ONGs.

identificación y priorización de actividades que permitan el desarrollo, consolidación y sostenibilidad de las empresas exportadoras regionales, las cuales resultan ser un aliado central para el logro de objetivos superiores, tales como el crecimiento económico, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y el mejoramiento de la equidad.

De esta manera, el PERX Arequipa contiene 56 acciones específicas para 4 cadenas productivas exportadoras, a implementar en el corto, mediano y largo plazo, con la finalidad de cerrar la actual brecha de competitividad que trava el desarrollo de las exportaciones regionales.

Un agradecimiento especial a todos los actores que participaron activamente en el proceso de formulación del PERX Arequipa, ya que gracias a sus aportes y compromiso, se logra presentar un plan concertado que responde, de manera directa, a las necesidades de la región en materia de comercio exterior.





2

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN DEL PENX 2025

El PENX 2025 define como meta final la consolidación de las empresas exportadoras peruanas en la economía global. Para ello, establece los siguientes objetivos estratégicos:

- (i) Profundizar la internacionalización de empresas;
- (ii) Incrementar de manera sostenible y diversificada la exportación de bienes y servicios con valor agregado; y
- (iii) Mejorar la competitividad del sector exportador.

Asimismo, el PENX 2025 define cuatro pilares como marco de referencia que incluyen 15 líneas de acción y 94 programas de carácter estratégico que serán ejecutados de forma multisectorial y multinivel, según corresponda. El cumplimiento del desarrollo de los programas estratégicos asegurará a su vez la consecución de las líneas de acción y éstas, al final, la de los pilares y objetivos estratégicos del PENX 2025.

Gráfico 1:

PENX 2025

Pilares, objetivos estratégicos y líneas de acción

Objetivo Estratégico 1

Pilar

1

Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados



- 1.1 Desarrollar el marco normativo.
- 1.2 Promover la internacionalización de las empresas.
- 1.3 Inserción en cadenas globales de valor.
- 1.4 Desarrollo de inteligencia comercial.
- 1.5 Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior.

Objetivo Estratégico 2

Pilar

2

Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible



- 2.1 Fomentar el desarrollo de la exportación de servicios.
- 2.2 Diversificar la oferta exportable.
- 2.3 Generar un entorno favorable para las inversiones.

Objetivo Estratégico 3

Pilar

3

Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional



3.1

Mejorar la logística y el transporte internacional.

3.2

Optimizar la gestión aduanera y fronteriza.

3.3

Desarrollar herramientas de financiamiento del comercio exterior.

3.4

Mejora del marco regulatorio, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas.

Pilar

4

Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora



4.1

Impulsar la red nacional de apoyo al desarrollo de comercio exterior.

4.2

Generar competencias en comercio exterior.

4.3

Fomentar la transferencia tecnológica e innovación para la competitividad internacional.

Fuente: Plan Estratégico Nacional Exportador 2025.





ARTICULACIÓN DE PLANES DE EXPORTACIÓN NACIONALES Y REGIONALES

De acuerdo al proceso de descentralización del país⁷, los planes nacionales deben articularse⁸ con los planes de desarrollo regionales con el fin de asegurar la consistencia de las políticas nacionales con las prioridades regionales.

favor del desempeño de la región; teniendo entre sus principales documentos el Plan Regional de Desarrollo Concertado 2013-2021⁹, el Plan Estratégico Institucional 2017-2019¹⁰, el Plan Operativo Institucional 2017¹¹ y el Presupuesto Regional 2017¹².

En ese marco, la región Arequipa cuenta con una serie de documentos de gestión estratégica que dirigen su accionar en

A partir del proceso de planificación realizado en la región, el PERX Arequipa recoge las principales necesidades

⁷ Proceso realizado desde el año 2001 mediante Ley 27783, Ley de Bases de Descentralización, es la ley marco del proceso de descentralización que aborda los aspectos necesarios para implementar este proceso como son la finalidad, principios y objetivos de la descentralización, las competencias del gobierno nacional, regional y local, los planes y presupuestos participativos, la participación ciudadana, la conducción e implementación del proceso, entre otros temas. Esta Ley ha sido posteriormente modificada mediante las Leyes N° 27950, 28139, 28379, 28505 y 28543.

⁸ La Directiva 001-2017-CEPLAN, Directiva General del Proceso de Planeamiento Estratégico, mediante la cual se establece el proceso de implementación del planeamiento estratégico con una visión prospectiva de mediano y largo plazo, que articula el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional dentro de los ámbitos sectoriales, territoriales (regionales y locales) e institucionales del Estado.

⁹ Aprobado mediante Ordenanza Regional N° 349-AREQUIPA del 22 de setiembre de 2016

¹⁰ Aprobado mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 187-2017-GRA/GR

¹¹ Aprobado mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 240-2017-GRA/GR

¹² Aprobado mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 123-2017-GRA/GR (PIA)

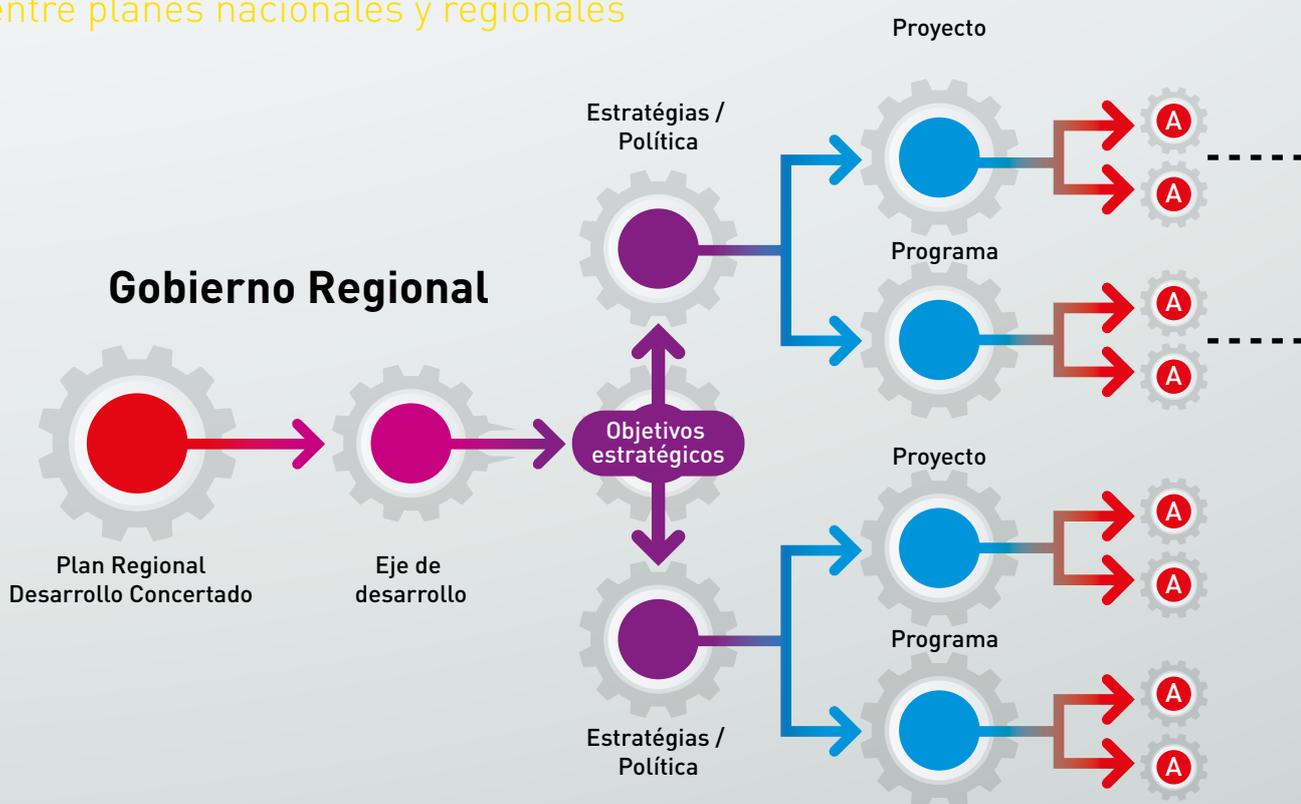
regionales en materia de comercio exterior, articulándolas a los esfuerzos realizados por el Gobierno Regional, tal como se muestra en el Gráfico 2.

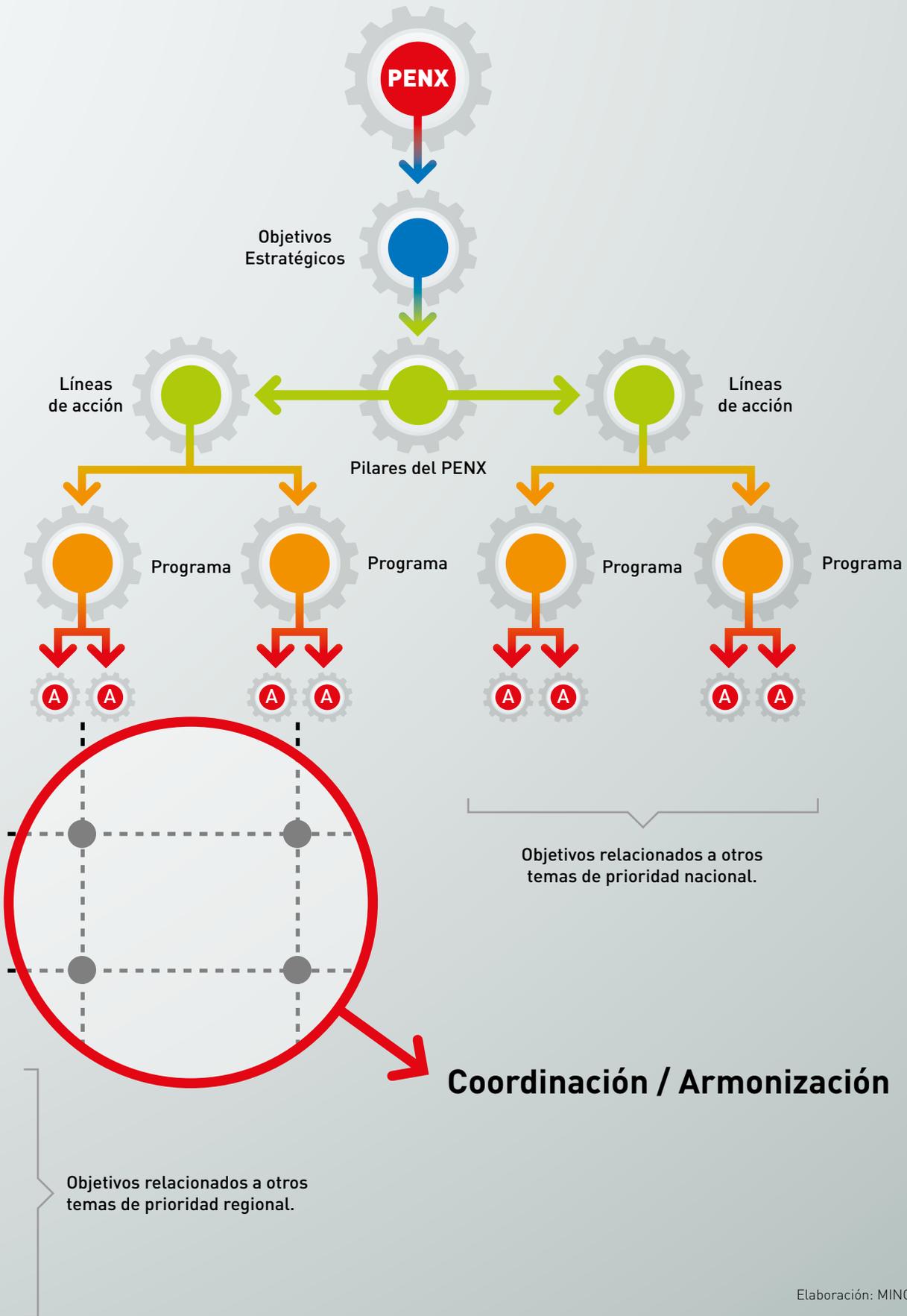
Como se observa en dicho gráfico, tanto el PENX como el PRDC poseen sus propias actividades ("A"), las cuales se encuentran enfocadas al logro de sus respectivas metas y objetivos prioritarios. Como parte del proceso de articulación que se propone para las políticas nacionales y regionales, se tiene como objetivo la armonización de estas actividades de manera que permita la identificación de aquellas que

contribuyen al logro de ambos planes y, al mismo tiempo, evite duplicidades o la asignación de recursos en actividades que no contribuyen a la solución de los problemas identificados. En consecuencia, se tiene como fin alcanzar sinergias de colaboración y eficiencia en el manejo de recursos, así como mejores resultados en la Región.

En el marco de dicha articulación, el objetivo del PERX Arequipa se enfoca en la identificación y priorización de actividades que permitan el desarrollo y consolidación de las empresas exportadoras regionales.

Gráfico 2:
Articulación
entre planes nacionales y regionales









IDENTIFICACIÓN DE BRECHAS DE COMPETITIVIDAD REGIONAL

Competitividad es un concepto amplio, el cual involucra una serie de factores, políticas e instituciones que determinan el nivel de productividad de un país, una región y una empresa. La productividad, a su vez, determina el nivel de prosperidad que puede conseguir una economía. En consecuencia, la competitividad depende tanto de factores macroeconómicos como microeconómicos.

El enfoque de competitividad sistémica, desarrollado por K. Esser, et. del Instituto Alemán para el Desarrollo en Berlín en 1994, concepto utilizado por el Consejo Nacional de la Competitividad, desagrega el concepto en cuatro niveles que interactúan entre sí:

- **Nivel meta:** se ubican las estructuras básicas de organización jurídica, política y económica, como los factores socioculturales, la escala de valores, la capacidad estratégica y política.
- **Nivel macro:** las políticas como la monetaria, presupuestaria, fiscal, comercial, y otras, que hacen posible una asignación eficaz de los recursos y al mismo tiempo exigen una mayor eficacia de las empresas.
- **Nivel meso:** se localizan todas las políticas de apoyo específico, también denominadas políticas horizontales, como la infraestructura física, la política educacional, tecnológica, ambiental, entre otras.
- **Nivel micro:** se coloca la capacidad de gestión de una empresa, sus estrategias empresariales, la gestión de innovación, entre otros elementos que diferencian una empresa de otra.



Aquí, la competitividad se entiende como la habilidad de una empresa para crecer en tamaño, cuota de mercado y rentabilidad.

Para la competitividad exportadora regional son determinantes la infraestructura, los recursos humanos y las capacidades de gestión y estrategia de una empresa, entre otros. Por ejemplo, uno de los aspectos explicativos de la competitividad regional sería la capacidad financiera de las empresas para financiar programas de investigación y desarrollo, contratar recursos humanos muy calificados, implementar sistemas de control e información modernos, y soportar ciclos de ventas negativos.

Las brechas de competitividad muestran las limitantes que enfrentan las empresas en diversos temas para su progreso; generando desventajas para el desarrollo y

crecimiento económico, entre otros.

La identificación y medición de estas brechas permite a los actores reconocer las principales limitantes que la región enfrenta y, en consecuencia, facilita una adecuada toma de decisiones respecto a las acciones que deban emprenderse desde el Estado, la empresa, la institucionalidad gremial y la academia, respectivamente.

A través del proceso participativo desarrollado en la Región Arequipa, que tuvo su punto más importante en el taller de actualización del Plan Regional de Exportación¹³, se recogió valiosa información de los principales actores regionales, desde empresarios y pequeños productores hasta representantes de la academia, gremios privados y autoridades regionales y locales, destacando, entre otros aspectos, el sentir de los actores

¹³ El taller de actualización del Plan Regional Exportador, se desarrolló el 03 y 04 de noviembre de 2016 y contó con la participación de más de setenta representantes del sector productivo-exportador de la región.



vinculantes en relación a las brechas de competitividad exportadora que enfrenta la región, a fin de que sus productos y servicios accedan a los mercados internacionales.

De esta manera, la metodología utilizada para la actualización de los PERX, elaborada en colaboración con el Banco Mundial, considera como eje fundamental el desarrollo de procesos participativos con los principales actores regionales con la finalidad de identificar las capacidades productivas y de servicios con potencial exportador a nivel regional. Estos procesos se realizan a través de talleres con dichos actores de la región, promoviendo un espacio de debate que resulta en la priorización y validación de las acciones a desarrollar en materia de política comercial y exportadora.

La metodología comprende actividades previas o preparatorias al ejercicio de planificación, tales como la identificación de los actores relacionados al comercio exterior, la elaboración del diagnóstico inicial de la región como punto de partida

del debate, los talleres de formulación con la participación de los principales actores públicos y privados relevantes para el desarrollo de las exportaciones, los cuales son el punto central de la definición de las acciones específicas para las cadenas productivas que se identifique como prioritarias y, finalmente, el trabajo de gabinete para la integración de los aportes y preparación del documento del PERX para su respectiva validación e implementación a cargo de los propios actores regionales identificados.

Para el logro de estas actividades, la metodología implementa herramientas como la matriz de desarrollo de productos, criterios de priorización de cadenas productivas exportadoras, identificación de acciones específicas con sus respectivos actores relevantes y definición de un único responsable por cada acción propuesta. Con estos elementos se realizará el monitoreo de manera permanente y la evaluación periódica de la implementación del PERX Arequipa, que permitirá el logro oportuno de las metas establecidas.

Gráfico 3:

Metodología

para la actualización del PERX Arequipa

Avance de implementación.
Monitoreo permanente y evaluación.

Identificar cadenas productivas. Matriz de Desarrollo de Productos y Criterios de Priorización.



Acciones específicas para cada cadena, identificación de actores relevantes y un único responsable por cada acción.

Actualización de los Planes Regionales de Exportación

1



Recolección de información

Se identifican actores relacionados al comercio exterior.
Se recolecta información primaria y secundaria.
Se identifican objetivos.

2



Taller de formulación

La información recolectada se presenta a los principales actores de la región.
Se identifican fortalezas y debilidades de la oferta exportable.
Se identifican acciones.

3



Elaboración de documento

Actualización del Plan Regional.
Vinculación con instrumentos de Gestión Regional (PEI, POI, Presupuesto Regional).
Evaluación preliminar.

4



Validación

Presentación del Plan Regional a los actores en un taller.
Definición y compromiso de responsabilidades entre sector público, privado y academia.

5



Impacto

Definición de un marco de monitoreo y evaluación a nivel regional y nacional.
Determinación del impacto del cumplimiento a nivel regional y nacional.

Elaboración: MINCETUR.

Entre las principales brechas de competitividad exportadora de la Región Arequipa se destacaron las siguientes:

a) Fortalecimiento de los procesos e infraestructura productiva exportadora

- Simplificar los procesos tributarios y aduaneros incrementando su acceso y eficiencia con énfasis en las pymes.
- Implementar centros de empaque y almacenamiento de productos.
- Implementar cadena de frío y mejorar la oferta de servicios logísticos en el puerto de Matarani.
- Desarrollar infraestructura vial, ferroviaria, de telecomunicaciones e internet.
- Instalar represas que amplíen la frontera agrícola.
- Reducir la contaminación de afluentes por residuos mineros.
- Desarrollar parques industriales que permitan contar con espacios para expandir talleres de producción.
- Desarrollar proyectos energéticos.
- Incrementar el nivel tecnológico en procesos industrializados.
- Promover el desarrollo de I+D+i.

b) Articulación entre actores

- Consolidar y difundir directorios de empresas nacionales e internacionales con estadísticas relevantes.
- Canalizar la asistencia técnica especializada por parte del estado y universidades.
- Fortalecer la asociatividad de productores a nivel regional.
- Desarrollo de actividades de promoción comercial.
- Promover convenios y estudios que permitan la atracción de inversiones para el desarrollo de la oferta exportable.
- Fortalecer la sostenibilidad de las agroexportaciones.

c) Desarrollo de capacidades y acceso a información existente sobre mercados

- Promover la identificación de mercados con demanda de productos regionales.
- Promover la difusión de fondos concursables del Estado.
- Fortalecer el conocimiento sobre normas técnicas.

- Fortalecimiento de las capacidades empresariales para la exportación.
 - Facilitar el acceso a información tecnológica.
 - Desarrollar actividades de certificación de calidad.
- Las brechas identificadas se presentan a continuación enmarcadas dentro de los pilares y líneas de acción del PENX 2025, con la finalidad de ayudar a identificar las acciones específicas necesarias para reducirlas o cerrarlas.



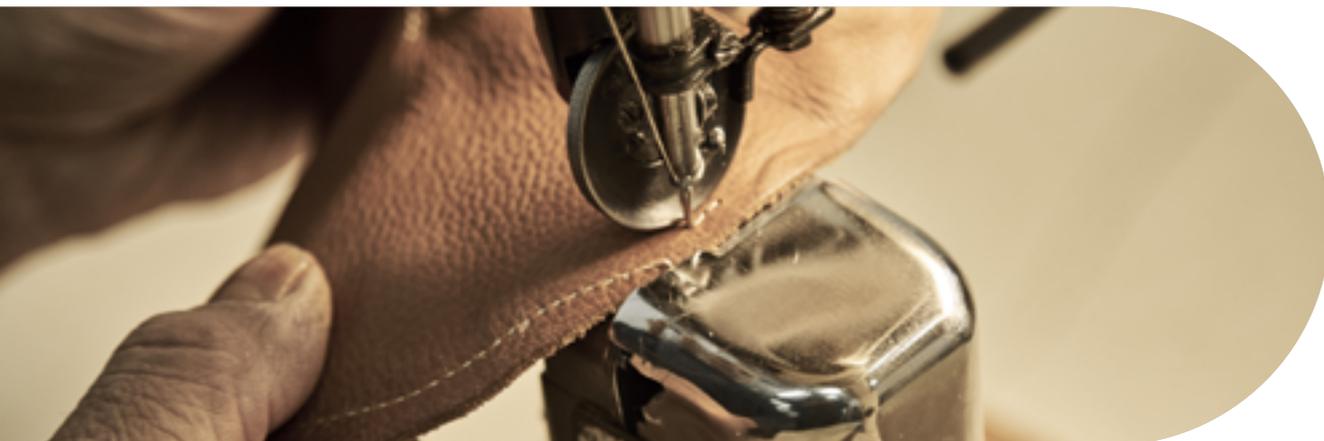


Tabla 1: Brechas de competitividad de Arequipa

PILARES		LÍNEAS DE ACCIÓN	
Pilar 1	Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados	1.1	Desarrollo del marco normativo para el posicionamiento de la oferta exportable en mercados internacionales.
		1.2	Promover la internacionalización de las empresas.
		1.3	Inserción en cadenas globales de valor.
		1.4	Desarrollo de inteligencia comercial.
		1.5	Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior.



	BRECHAS DE COMPETITIVIDAD
Acceso preferencial a los mercados internacionales y estrategias de integración regional.	
Acuerdos multilaterales y plurilaterales.	
Defensa de los intereses comerciales.	
Internacionalización de la empresa exportadora.	
Mecanismos de monitoreo de la internacionalización.	
Participación en cadenas globales de valor.	
Gestión de la información económica y comercial de mercados internacionales.	Promover la identificación de mercados con demanda de productos regionales.
	Consolidar y difundir directorios de empresas nacionales e internacionales con estadísticas relevantes.
Consolidación de la presencia comercial del Perú en el exterior.	
Desarrollo de actividades de promoción comercial.	Desarrollo de actividades de promoción comercial.



PILARES		LÍNEAS DE ACCIÓN	
Pilar 2	Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible	2.1	Desarrollo de negocios de exportación de servicios.
		2.2	Diversificación de la oferta exportable.
		2.3	Generar un entorno favorable para las inversiones en el desarrollo de oferta exportable.

	BRECHAS DE COMPETITIVIDAD
Promoción y marco normativo para el desarrollo de la exportación de servicios.	
Herramientas de soporte para la exportación de servicios.	
Investigación e innovación para la exportación orientada a mantener una posición competitiva en el mercado global.	
Gestión de la calidad y de estándares internacionales de la oferta exportable.	Desarrollar actividades de certificación de calidad.
	Fortalecer el conocimiento sobre normas técnicas.
Implementación de instrumentos de asistencia técnica y perfeccionamiento de gestión asociativa para la diversificación exportadora e internacionalización.	Canalizar la asistencia técnica especializada por parte del estado y universidades.
	Fortalecer la asociatividad de productores a nivel regional.
Desarrollo de la oferta exportable de productos de la biodiversidad.	
La sostenibilidad en el desarrollo de la oferta exportable.	Fortalecer la sostenibilidad de las agroexportaciones.
	Reducir la contaminación de afluentes por residuos mineros.
Asociación público-privada e inversión para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios, y posicionamiento del Perú como plataforma productiva de exportación regional.	Desarrollar parques industriales que permitan contar con espacios para expandir talleres de producción.
	Instalar represas que amplíen la frontera agrícola.
	Desarrollar proyectos energéticos.
	Implementar centros de empaque y almacenamiento de productos.
	Promover convenios y estudios que permitan la atracción de inversiones para el desarrollo de la oferta exportable.



PILARES		LÍNEAS DE ACCIÓN	
Pilar 3	Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional	3.1	Logística y transporte internacional.
		3.2	Gestión aduanera y frontera.
		3.3	Financiamiento del comercio exterior.
		3.4	Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.

	BRECHAS DE COMPETITIVIDAD
Mejora de la calidad de infraestructura logística para la exportación.	Planificar y desarrollar infraestructura vial, ferroviaria, de telecomunicaciones e internet.
Posicionamiento del Perú como centro logístico internacional.	Implementar cadena de frío y mejorar la oferta de servicios logísticos en el puerto de Matarani.
Seguridad de la cadena logística de comercio exterior.	
Mecanismos de monitoreo e información de la competitividad logística del comercio exterior.	
Perfeccionamiento e impulso de regímenes facilitadores de comercio exterior.	
Optimización de los procesos aduaneros, sustentados en una eficiente gestión del riesgo y basados en estándares internacionales.	
Fortalecimiento de las autoridades de control fronterizo y las agencias de control vinculadas al ingreso y salida de mercancías.	
Promoción de la seguridad de la gestión aduanera y fronteriza ante factores de riesgo sobre los flujos de comercio.	
Mecanismos de financiamiento y fondos de inversión especializados para proyectos de exportación e internacionalización de empresas.	Promover la difusión de fondos concursables del Estado.
Mejora del marco regulatorio aplicado al comercio exterior.	Simplificar los procesos tributarios y aduaneros incrementando su acceso y eficiencia con énfasis en las pymes.
Implementación de la VUCE 2.0: soluciones integrales para exportadores, importadores, empresas prestadoras de servicios al comercio exterior y entidades públicas, y otras soluciones tecnológicas.	



PILARES		LÍNEAS DE ACCIÓN	
Pilar 4	Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora	4.1	Red Nacional de Apoyo al Desarrollo de Comercio Exterior.
		4.2	Generación de competencias en comercio exterior.
		4.3	Transferencia Tecnológica e Innovación para la Competitividad Internacional.



	BRECHAS DE COMPETITIVIDAD
Asistencia descentralizada al exportador.	
Sistema de atención y orientación al usuario de comercio exterior.	
Fortalecimiento de las competencias en comercio exterior en el sector público.	
Fortalecimiento de competencias en comercio exterior en el sistema educativo.	
Fortalecimiento de las capacidades empresariales.	Fortalecimiento de las capacidades empresariales para la exportación.
Promoción de la transferencia tecnológica e innovación para la internacionalización.	Promover el desarrollo de I+D+i.
	Incrementar el nivel tecnológico en procesos industrializados.
Vigilancia tecnológica para la exportación.	Facilitar el acceso a información tecnológica.







PERX AREQUIPA: ACCIONES REGIONALES, INDICADORES Y METAS

La implementación del PENX 2025 requiere la identificación de acciones a nivel regional, en especial en áreas donde la oferta productiva exportadora puede incrementarse por acción conjunta de la política pública, y la voluntad del sector privado y académico.

De esta manera, a fin de identificar con mayor claridad las brechas de competitividad exportadora señaladas en el apartado previo, se organizó a los actores en mesas de trabajo de acuerdo a las cadenas identificadas por ellos. Estas mesas de trabajo quedaron conformadas de la manera siguiente:

Tabla 2: Mesas de trabajo por cadenas identificadas

MESA	CADENA	PRODUCTOS
1	Agrícola, Alimentos y Derivados	Quinoa, uva red globe, palta hass, aceituna, paprika, orégano, lúcuma, berries (arándanos, aguaymanto), antocianina, ajo, cebolla, alcachofa, habas, trucha, derivados lácteos, pisco, aceite de orégano.
2	Servicios	Software (monitoreo agrícola y otros), servicios de ingeniería (construcción), servicios especializados a la minería, franquicias gastronómicas.
3	Moda	Prendas de algodón orgánico, hilados y tejidos de alpaca, tops y confecciones de alpaca, calzado.
4	Manufactura	Hornos ecológicos, maquinaria para productos agrícolas, cosméticos, contenedores metálicos para minería, paneles y termos solares.

Elaboración: MINCETUR

Asimismo, uno de los aspectos más importantes resaltado en el Plan Estratégico Nacional Exportador, PENX 2025, es la identificación de indicadores que permitan realizar un adecuado monitoreo y seguimiento de las acciones planteadas.

En función de ello, el trabajo de las diferentes mesas establecidas en el taller, arrojó una serie de indicadores para cada una de las actividades planteadas, los cuales posibilitarán la medición del cumplimiento de la actividad, y la evaluación de la pertinencia de la misma en función a las metas propuestas.

Cabe señalar, que varias de las acciones

específicas planteadas tienen un carácter horizontal, en el sentido de que su implementación beneficiará a todas las cadenas productivas exportadoras identificadas, al margen de que hayan sido propuestas por alguna mesa de trabajo específica. Dentro de estas actividades destacan la elaboración de perfiles de producto - mercado, así como la implementación de laboratorios de certificación y de un parque industrial, programas tecnológicos, entre otros.

Las tablas N° 3 a la N° 6 muestran el resultado del trabajo de los representantes de la región presentando las siguientes propuestas de acciones.

Tabla 3:
Indicadores para las acciones específicas de la cadena Agrícola, Alimentos y Derivados

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Desarrollar perfiles de producto - mercado priorizados.	N° de perfiles de productos desarrollados	2	5	8
Promover la articulación comercial con compradores directos.	N° de eventos organizados	2	5	8
Implementar y sociabilizar base de datos de empresas internacionales no confiables.	Base de datos implementada	1		

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Actualizar anualmente el directorio de productores y, mensualmente, la data de volúmenes de producción.	Nº de actualizaciones del directorio de productores	1	4	9
Desarrollar capacitaciones y asistencia técnica en uso de buenas prácticas y tecnología.	Nº de productores capacitados	30	90	150
Desarrollar capacidades en LMRs, uso de agroquímicos y manejo integral de plagas promoviendo los bio controladores.	Nº de capacitaciones	5	10	15
Capacitar a productores en modelos asociativos.	Nº de productores capacitados	30	80	120
Elaborar e implementar un plan anual de cultivos para productos de exportación.	Plan elaborado		1	
Promover la ejecución de proyectos de inversión pública para la instalación de represas en Angostura y Lluta.	Nº de proyectos ejecutados		1	2
Implementar centro de empaque.	Centro implementado		1	
Reestructurar la asignación presupuestal del Gobierno Regional para el financiamiento de proyectos de inversión pública de apoyo a cadenas de valor con potencial agroexportador.	Nº de proyectos aprobados		1	3
Elaborar estudios para el análisis de cadenas de valor prioritarias para promover las alianzas público - privadas.	Nº de cadenas de valor analizadas	3	6	9
Mejorar infraestructura vial rural de las zonas alto andinas con presencia de productos priorizados.	Nº de kilómetros mejorados	100	200	300
Implementar cadena de frío para productos exportables.	Cadena implementada			1
Desarrollar capacitaciones sobre fuentes de financiamiento para acceder a equipos, maquinarias, cosecha, post cosecha.	Nº de capacitaciones	10	22	36

Tabla 4:
Indicadores para las acciones específicas de la cadena Servicios

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Elaborar estudios de mercados internacionales para el rubro de servicios (software, servicios especializados a la minería y franquicias).	N° de estudios elaborados	1	3	6
Participar en misiones comerciales internacionales (ruedas, ferias, entre otros).	N° de misiones con participación de empresas regionales de servicio	1	3	6
Proponer mejoras en la normativa de exportación de servicios.	N° de propuestas presentadas	1	3	6
Desarrollar talleres de difusión de fondos para apoyo a empresas exportadoras de servicios.	N° de empresas participantes	10	30	50
Desarrollar capacitaciones sobre normatividad de patentes de software y servicios.	N° de empresas participantes	10	30	50
Desarrollar capacitaciones para la exportación de servicios.	N° de empresas participantes	10	30	50
Desarrollar capacitaciones en el uso de herramientas de difusión y promoción de servicios.	N° de empresas participantes	30	80	120
Desarrollar e implementar un Parque Científico Tecnológico.	Parque implementado			1

Tabla 5:
Indicadores para las acciones específicas de la cadena Moda

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Elaborar diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.	Diagnóstico desarrollado	1		
Implementar una plataforma electrónica para la promoción de productos.	Plataforma implementada		1	
Descentralizar ferias y eventos comerciales.	Nº de eventos comerciales desarrollados en Arequipa	1	2	4
Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.	Nº de laboratorios acreditados		1	
Crear y/o adecuar fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero.	Nº de fondos disponibles	1		
Implementar programas de capacitación en asociatividad.	Nº de programas implementados	1	3	6
Elaborar guía informativa sobre fuentes de financiamiento.	Guía elaborada	1		
Implementar asesoría financiera sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos.	Nº de asesorías	2	5	9
Implementar esquema de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.	Nº de mecanismos de defensa implementados	1	3	
Desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.	Nº de capacitaciones	6	15	27
Desarrollo de capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado.	Nº de capacitaciones	3	12	24
Implementar pasantías tecnológicas.	Nº de pasantías	1	7	15

Tabla 6:
Indicadores para las acciones específicas de la cadena Manufactura

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Difusión y participación en ferias comerciales y ruedas de negocios nacionales e internacionales para posicionar el mercado interno y externo de las MIPYME.	Nº de eventos de difusión	4	12	24
Promover la implementación de proyectos energéticos.	Nº de proyectos ejecutados		2	5
Articular al empresariado con la academia y el sector público para el desarrollo de capacitaciones empresariales específicas del sector manufactura.	Nº de capacitaciones	4	12	24
Incrementar la participación en programas de capacitación en comercio exterior y TIC´s por etapas de desarrollo.	Nº de empresas participantes	25	100	250
Implementar un programa de transferencia tecnológica para el incremento de la productividad por cada rubro manufacturero.	Programas implementados	1	3	10
Difundir los beneficios y herramientas que promueven la investigación tecnológica.	Nº de eventos de difusión	2	8	24







ENTIDADES INVOLUCRADAS Y RESPONSABLES

La experiencia adquirida durante el desarrollo del primer Plan Estratégico Nacional Exportador, demostró que uno de los puntos más relevantes para la ejecución del PENX 2025 es la asignación de responsables de las distintas actividades planteadas a lo largo de sus diferentes proyectos, incluidos los planes regionales.

Una adecuada asignación de la responsabilidad garantizará que las acciones a desarrollar se alcancen en la medida, plazo y presupuestos propuestos. Los resultados antes señalados, así como los trabajos realizados conjuntamente con especialistas del Banco Mundial, recomiendan enfáticamente que esta asignación debe enfocarse, en la medida de lo posible, en un solo responsable de su seguimiento y ejecución, dependiendo de la naturaleza propia de la actividad.

Cabe señalar, que el PERX Arequipa es un plan dinámico, el cual puede actualizarse

de acuerdo al contexto que afronte la región en los próximos años; en ese sentido, corresponde al Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones de Arequipa realizar de manera constante el monitoreo general de los avances y plantear las actualizaciones necesarias en aras del desarrollo regional de las exportaciones. No obstante, lo anterior, es importante destacar que, siendo la empresa el sujeto crítico del PENX 2025, la responsabilidad de hacer el seguimiento respectivo para que la actividad se cumpla o no, debiera descansar, principalmente, en los actores vinculantes del sector privado.

En virtud a esta propuesta y a los resultados obtenidos en el taller de actualización del PERX Arequipa, se plantea a continuación, en las tablas N° 7 al N° 10, la asignación de responsabilidades de acuerdo a las cadenas establecidas y a las acciones que se incluyen en cada una de ellas.

Tabla 7:
Entidades involucradas y responsables por acción - Cadena Agrícola, Alimentos y Derivados

ACCIÓN ESPECÍFICA	ENTIDADES INVOLUCRADAS
Desarrollar perfiles de producto - mercado priorizados.	GERCETUR, PROMPERÚ, MINCETUR, Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Corepo, GRAG.
Promover la articulación comercial con compradores directos.	PROMPERÚ, GERCETUR, Adex, Gobierno Regional, Gobiernos Locales, GRAG, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA, Sierra Exportadora.
Implementar y sociabilizar base de datos de empresas internacionales no confiables.	MINCETUR, PROMPERÚ, Adex, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA.
Actualizar anualmente el directorio de productores y, mensualmente, la data de volúmenes de producción.	Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PROMPERÚ, GRAG, GEREPRO, SADA.
Desarrollar capacitaciones y asistencia técnica en uso de buenas prácticas y tecnología.	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Opds (Agrorural, Senasa, Otros), Colegios Profesionales, Universidades, CITE Agroindustrial Majes, SADA.
Desarrollar capacidades en LMRs, uso de agroquímicos y manejo integral de plagas promoviendo los bio controladores.	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Agrorural, Senasa, Desco, ONG Ergo, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA.
Capacitar a productores en modelos asociativos.	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Agrorural, SENASA, Desco, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA, Sierra Exportadora.
Elaborar e implementar un plan anual de cultivos para productos de exportación	Gore, Gobiernos Locales, Opds, Autodema, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GRAG, GERCETUR, MINCETUR, SADA.
Promover la ejecución de proyectos de inversión pública para la instalación de represas en Angostura y Lluta	Agroideas, Innovate, Pnia, Procompite, Sierra Exportadora, GERCETUR, GEREPRO, MINCETUR, SADA.
Implementar centro de empaque	Procompite, Agroideas, Agrobanco, GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Cámara Pyme, SADA.
Reestructurar la asignación presupuestal del Gobierno Regional para el financiamiento de proyectos de inversión pública de apoyo a cadenas de valor con potencial agroexportador	GORE, GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Autodema, SADA.
Elaborar estudios para el análisis de cadenas de valor prioritarias para promover las alianzas público - privadas.	GRAG, GERCETUR, Pems, Universidad Católica Santa María, Universidad Nacional San Agustín, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA.
Mejorar infraestructura vial rural de las zonas alto andinas con presencia de productos priorizados	MTC, Gobiernos Locales, GORE, GERCETUR, GRAG, Cámara Pyme, COREPO, SADA.
Implementar cadena de frío para productos exportables	Autodema, GORE, GRAG, GERCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA.
Desarrollar capacitaciones sobre fuentes de financiamiento para acceder a equipos, maquinarias, cosecha, post cosecha	Agro Banco, Innova, Inia, Agroideas, Procompite, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme, GEREPRO, GRAG, GERCETUR, Sierra Exportadora, SADA.

COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
Seguimiento para el desarrollo de perfiles.	Corepo
Articular con PROMPERÚ y GRAG el desarrollo de al menos un perfil por entidad, coordinando con MINCETUR los productos priorizados y la estructura de los perfiles.	GERCETUR
Coordinar actividades de difusión y promoción de eventos internacionales.	GRAG
Remitir solicitud de información a entidades involucradas y realizar las coordinaciones y seguimiento respectivos.	Bioquipa
Coordinar e impulsar la actualización anual del directorio con las Oficinas Agrarias de Cultivo y Riego, PROMPERÚ y otras instituciones relacionadas.	GRAG
Identificar y compartir experiencias exitosas.	CITE Agroindustrial Majes
Realizar eventos de capacitación y asistencia técnica.	GRAG
Coordinar con SENASA el desarrollo de capacitaciones.	Corepo
Organizar eventos.	GRAG
Apoyar en la organización y difusión de los eventos.	Autodema
Promover la capacitación y asesoramiento en asociatividad.	SADA
Identificar y compartir experiencias exitosas.	CITE Agroindustrial Majes
Organizar eventos de capacitación y asistencia técnica.	Autodema
Elaborar el plan de cultivo.	Autodema
Apoyar en la elaboración del plan de cultivo.	GRAG
Impulsar la promoción de proyectos con las entidades involucradas.	GRAG
Impulsar la implementación con las entidades involucradas.	GRAG
Gestionar y articular la reestructuración presupuestal.	GRAG
Coordinar la formulación y ejecución de los proyectos.	GERCETUR
Coordinar la identificación de cadenas de valor con apoyo de las universidades.	PROMPERÚ
Coordinar con el MTC, GORE y GL la priorización de mejora de infraestructura rural vial de las zonas alto andinas.	COREPO
Coordinar actividades para diseño e implementación.	GERCETUR
Coordinar e implementar capacitaciones.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa

Tabla 8:
Entidades involucradas y responsables por acción - Cadena Servicios

ACCIÓN ESPECÍFICA	ENTIDADES INVOLUCRADAS
Elaborar estudios de mercados internacionales para el rubro de servicios (software, servicios especializados a la minería y franquicias).	PROMPERÚ, MINCETUR, ONG Desarrollo y Gestión, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, universidades.
Participar en misiones comerciales internacionales (ruedas, ferias, entre otros).	PROMPERÚ, GORE, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE.
Proponer mejoras en la normativa de exportación de servicios.	Gobierno Regional, MINCETUR, MEF, ASPROES Asociados, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme.
Desarrollar talleres de difusión de fondos para apoyo a empresas exportadoras de servicios.	MINCETUR, PROMPERÚ, GORE, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, ONG Desarrollo y Gestión.
Desarrollar capacitaciones sobre normatividad de patentes de software y servicios.	PROMPERÚ, INDECOPI, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR.
Desarrollar capacitaciones para la exportación de servicios.	Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE, PROMPERÚ.
Desarrollar capacitaciones en el uso de herramientas de difusión y promoción de servicios.	PROMPERÚ, MINCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, ASPROES Asociados, universidades.
Desarrollar e implementar un Parque Científico Tecnológico.	GORE, PRODUCE, MINCETUR, MEF, GEREPRO, GERCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, ASPROES Asociados, universidades.

COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
Coordinar elaboración de estudios de mercados internacionales y difundir documentos informativos.	PROMPERÚ
Gestionar la participación de empresas.	PROMPERÚ
Proponer y solicitar a entidades involucradas mejoras en la normativa. Presentar propuesta a MINCETUR.	ASPROES Asociados Gobierno Regional
Apoyar en las actividades de preparación.	ONG Desarrollo y Gestión
Gestionar la realización del taller.	PROMPERÚ
Gestionar y coordinar con INDECOPI.	PROMPERÚ
Gestionar el desarrollo de capacitaciones.	GERCETUR
Apoyar las actividades de preparación.	ASPROES Asociados
Gestionar las capacitaciones.	PROMPERÚ
Coordinar la creación del Parque Científico Tecnológico.	ASPROES Asociados
Gestionar la implementación.	GEREPRO





Tabla 9:
Entidades involucradas y responsables por acción - Cadena Moda

ACCIÓN ESPECÍFICA	ENTIDADES INVOLUCRADAS
Elaborar diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.	CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, Cámara Pyme, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Universidades e Institutos.
Implementar una plataforma electrónica para la promoción de productos.	Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.
Descentralizar ferias y eventos comerciales.	CITE Textil, PROMPERÚ, Gremios Exportadores, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme, GORE.
Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.	CITE Textil, Inacal, PRODUCE, Universidades, GORE, GERCETUR, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme.
Crear y/o adecuar fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero.	PROMPERÚ, CITE Textil, PRODUCE, Innovate, INDECOPI.
Implementar programas de capacitación en asociatividad.	CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, PRODUCE, PROMPERÚ, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GEREPRO, GERCETUR.
Elaborar guía informativa sobre fuentes de financiamiento.	Cámara Pyme, PROMPERÚ, Innovate, MEF, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE.
Implementar asesoría financiera sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos.	Cámara Pyme, PROMPERÚ, SBS, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR.
Implementar esquema de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.	Cámara Pyme, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PROMPERÚ, Sunat, Serpost.
Desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística	Cámara Pyme, PROMPERÚ, GEREPRO, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.
Desarrollo de capacidades en el uso de TIC´s para productos textiles y calzado	Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, universidades.
Implementar pasantías tecnológicas	Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, universidades.

COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
Promover y coordinar la elaboración del diagnóstico.	CITE Textil
Coordinar acciones para la creación de la plataforma electrónica, así como evaluar propuestas y coordinar su implementación.	PROMPERÚ
Coordinar acciones para descentralizar eventos o replicar.	CITE Textil
Monitorear las acciones y coordinar su implementación.	PROMPERÚ
Coordinar actividades para la implementación del laboratorio.	CITE Textil
Coordinar la creación y/o adecuación de fondos disponibles.	CITE Textil
Coordinar y promover programas articulados.	PROMPERÚ
Elaborar y difundir la guía.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
Promover actividades de asesoría financiera.	Cámara Pyme
Brindar apoyo en las actividades programadas.	PROMPERÚ
Coordinar asesoría en mecanismos de defensa.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
Brindar apoyo en las actividades programadas según corresponda.	PROMPERÚ
Promover capacitaciones.	PROMPERÚ
Organizar y difundir las capacitaciones.	CITE Cuero y Calzado
Promover la realización de pasantías.	CITE Cuero y Calzado

Tabla 10:
Entidades involucradas y responsables por acción - Cadena Manufactura

ACCIÓN ESPECÍFICA	ENTIDADES INVOLUCRADAS
Difusión y participación en ferias comerciales y ruedas de negocios nacionales e internacionales para posicionar el mercado interno y externo de las MIPYME	PROMPERÚ, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GORE, GERCETUR.
Promover la implementación de proyectos energéticos.	MINEM, PRODUCE, GORE, MINEM, MEF, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme.
Articular al empresariado con la academia y el sector público para el desarrollo de capacitaciones empresariales específicas del sector manufactura.	Cámara Pyme, GEREPRO, GERCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, universidades e institutos.
Incrementar la participación en programas de capacitación en comercio exterior y TIC's por etapas de desarrollo.	Cámara Pyme, GERCETUR, PROMPERÚ, universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, MINCETUR, PRODUCE
Implementar un programa de transferencia tecnológica para el incremento de la productividad por cada rubro manufacturero.	Cámara Pyme, GORE, PRODUCE, GEREPRO, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa.
Difundir los beneficios y herramientas que promueven la investigación tecnológica.	Cámara Pyme, GORE, GEREPRO, Concytec, universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, INDECOPI.

COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
Realizar coordinaciones para actividades de difusión.	Cámara Pyme
Participación en actividades de promoción.	PROMPERÚ
Coordinar con el MINEM y el GORE la formulación y/o ejecución de proyectos energéticos.	Cámara Pyme
Coordinar actividades con instituciones involucradas.	Cámara Pyme
Brindar soporte logístico a las actividades programadas.	GERCETUR
Coordinar actividades con las instituciones involucradas para trabajo conjunto.	Cámara Pyme
Brindar soporte especializado y logístico a las actividades programadas.	PROMPERÚ
Coordinar con actores involucrados la formulación e implementación del programa.	Cámara Pyme
Coordinar actividades de difusión con el GORE.	Cámara Pyme



7

MARCO LÓGICO

Las diversas actividades establecidas a lo largo del trabajo con los actores vinculantes de la región Arequipa, arrojan como

resultado el marco lógico que se presenta en la tabla N° 11.



Tabla 11: Marco lógico del PERX Arequipa

	LÍNEAS DE ACCIÓN			BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
<p>Pilar</p> <p>1</p> <p>Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados.</p>	1.1	Desarrollo del marco normativo para el posicionamiento de la oferta exportable en mercados internacionales.	Acceso preferencial a los mercados internacionales y estrategias de integración regional.			
			Defensa de los intereses comerciales.			
			Defensa de los intereses comerciales			
	1.2	Promover la internacionalización de las empresas.	Internacionalización de la empresa exportadora.			
			Mecanismos de monitoreo de la internacionalización.			
	1.3	Inserción en cadenas globales de valor.	Participación en cadenas globales de valor.			

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA	
	1.4	Desarrollo de inteligencia comercial.	Gestión de la información económica y comercial de mercados internacionales.	Elaborar estudios de mercados internacionales para el rubro de servicios (software, servicios especializados a la minería y franquicias).	Servicios	
Promover la identificación de mercados con demanda de productos regionales.				Desarrollar perfiles de producto - mercado priorizados.	Agrícola, Alimentos y Derivados	
				Elaborar diagnóstico sobre la oferta y demanda de especializaciones técnicas en moda.	Moda	
					Promover la articulación comercial con compradores directos.	Agrícola, Alimentos y Derivados
				Consolidar y difundir directorios de empresas nacionales e internacionales con estadísticas relevantes.	Implementar y sociabilizar base de datos de empresas internacionales no confiables	Agrícola, Alimentos y Derivados
					Actualizar anualmente el directorio de productores y mensualmente la data de volúmenes de producción.	Agrícola, Alimentos y Derivados

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
N° de estudios elaborados	1	3	6	PROMPERÚ, MINCETUR, ONG Desarrollo y Gestión, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, universidades	Coordinar elaboración de estudios de mercados internacionales y difundir documentos informativos.	PROMPERÚ
N° de perfiles de productos desarrollados	2	5	8	GERCETUR, PROMPERÚ, MINCETUR, Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, COREPO, GRAG	Seguimiento para el desarrollo de perfiles Articular con PROMPERÚ y GRAG el desarrollo de al menos un perfil por entidad, coordinando con MINCETUR los productos priorizados y la estructura de los perfiles.	COREPO GERCETUR
Diagnóstico desarrollado	1			CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, Cámara Pyme, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Universidades e Institutos	Promover y coordinar la elaboración del diagnóstico.	CITE Textil
N° de eventos organizados	2	5	8	PROMPERÚ, GERCETUR, Adex, Gobierno Regional, Gobiernos Locales, GRAG, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA, Sierra Exportadora	Coordinar actividades de difusión y promoción de eventos internacionales.	GRAG
Base de datos implementada	1			MINCETUR, PROMPERÚ, Adex, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA	Remitir solicitud de información a entidades involucradas y realizar las coordinaciones y seguimiento respectivo.	Bioquipa
N° de actualizaciones del directorio de productores	1	4	9	Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PROMPERÚ, GRAG, GEREPRO, SADA	Coordinar e impulsar la actualización anual del directorio con las Oficinas Agrarias de Cultivo y Riego, PROMPERÚ y otras instituciones relacionadas.	GRAG

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA	
	1.5	Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior.	Consolidación de la presencia comercial del Perú en el exterior.			
		Consolidación de la presencia y promoción comercial del Perú en el exterior.	Desarrollo de actividades de promoción comercial.	Desarrollo de actividades de promoción comercial.	Participar en misiones comerciales internacionales (ruedas, ferias, entre otros).	Servicios
					Difusión y participación en ferias comerciales y ruedas de negocios nacionales e internacionales para posicionar el mercado interno y externo de las MI-PYME	Manufatura
					Implementar una plataforma electrónica para la promoción de productos.	Moda
					Descentralizar ferias y eventos comerciales.	Moda

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Nº de misiones con participación de empresas regionales de servicio	1	3	6	PROMPERÚ, GORE, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE	Gestionar la participación de empresas.	PROMPERÚ
Nº de eventos de difusión	4	12	24	PROMPERÚ, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GORE, GERCETUR	Realizar coordinaciones para actividades de difusión. Participación en actividades de promoción.	Cámara Pyme PROMPERÚ
Plataforma implementada		1		Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa	Coordinar acciones para la creación de la plataforma electrónica, así como evaluar propuestas y coordinar su implementación.	PROMPERÚ
Nº de eventos comerciales desarrollados en Arequipa	1	2	4	CITE Textil, PROMPERÚ, Gremios Exportadores, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme, GORE	Coordinar acciones para descentralizar eventos o replicar. Monitorear las acciones y coordinar su implementación.	CITE Textil PROMPERÚ



	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA	
<p>Pilar 2</p> <p>Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible.</p>	2.1	Desarrollo de negocios de exportación de servicios.	Promoción y marco normativo para el desarrollo de la exportación de servicios.	Proponer mejoras en la normativa de exportación de servicios.	Servicios	
		Herramientas de soporte para la exportación de servicios.				
	2.2	Diversificación de la oferta exportable.	Investigación e innovación para la exportación orientada a mantener una posición competitiva en el mercado global.			
			Desarrollar actividades de certificación de calidad.	Implementar un laboratorio acreditado para certificación de fibra y tejido de alpaca.	Moda	
		Gestión de la calidad y de estándares internacionales de la oferta exportable.	Fortalecer el conocimiento sobre normas técnicas.	Desarrollar capacitaciones y asistencia técnica en uso de buenas prácticas y tecnología.	Agrícola, Alimentos y Derivados	
				Desarrollar capacidades en LMRs, uso de agroquímicos y manejo integral de plagas promoviendo los bio controladores	Agrícola, Alimentos y Derivados	

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
N° de propuestas presentadas	1	3	6	Gobierno Regional, MINCETUR, MEF, ASPROES Asociados, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme	Proponer y solicitar a entidades involucradas mejoras en la normativa Presentar propuesta a MINCETUR.	ASPROES Asociados Gobierno Regional
N° de laboratorios acreditados		1		CITE Textil, Inacal, PRODUCE, universidades, GORE, GERCETUR, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme	Coordinar actividades para la implementación del laboratorio.	CITE Textil
N° de productores capacitados	30	90	150	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Opds (Agrorural, SENASA, Otros), Colegios Profesionales, universidades, CITE Agroindustrial Majes, SADA	Identificar y compartir experiencias exitosas. Realizar eventos de capacitación y asistencia técnica.	CITE Agroindustrial Majes GRAG
N° de capacitaciones	5	10	15	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Agrorural, SENASA, Desco, ONG Ergo, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA.	Coordinar con SENASA el desarrollo de capacitaciones. Organizar eventos. Apoyar en la organización y difusión de los eventos.	COREPO GRAG Autodema

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
		Implementación de instrumentos de asistencia técnica y perfeccionamiento de gestión asociativa para la diversificación exportadora e internacionalización.	Canalizar la asistencia técnica especializada por parte del estado y universidades.	Crear y/o adecuar fondos para el registro de marcas y patentes en el extranjero.	Moda
			Fortalecer la asociatividad de productores a nivel regional	Implementar programas de capacitación en asociatividad	Moda
				Capacitar a productores en modelos asociativos	Agrícola, Alimentos y Derivados
			Desarrollo de la oferta exportable de productos de la biodiversidad.		
		La sostenibilidad en el desarrollo de la oferta exportable.	Fortalecer la sostenibilidad de las agroexportaciones. Reducir la contaminación de afluentes por residuos mineros.	Elaborar e implementar un plan anual de cultivos para productos de exportación	Agrícola, Alimentos y Derivados

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Nº de fondos disponibles	1			PROMPERÚ, CITE Textil, PRODUCE, Innovate, INDECOPI	Coordinar la creación y/o adecuación de fondos disponibles.	CITE Textil
Nº de programas implementados	1	3	6	CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, PRODUCE, PROMPERÚ, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GEREPRO, GERCETUR.	Coordinar y promover programas articulados.	PROMPERÚ
Nº de productores capacitados	30	80	120	GRAG, GEREPRO, GERCETUR, Pems, Agrorural, SENASA, Desco, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA, Sierra Exportadora.	Promover la capacitación y asesoramiento en asociatividad. Identificar y compartir experiencias exitosas. Organizar eventos de capacitación y asistencia técnica.	SADA CITE Agroindustrial Majes Autodema
Plan elaborado		1		GORE, Gobiernos Locales, Opds, Autodema, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GRAG, GERCETUR, MINCETUR, SADA	Elaborar el plan de cultivo. Apoyar en la elaboración del plan de cultivo.	Autodema GRAG



		LÍNEAS DE ACCIÓN	BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
<p>Pilar</p> <p>3</p> <p>Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional.</p>	<p>3.1</p> <p>Logística y transporte internacional.</p>	Mejora de la calidad de infraestructura logística para la exportación.	Planificar y desarrollar infraestructura vial, ferroviaria, de telecomunicaciones e internet.	Mejorar infraestructura vial rural de las zonas alto andinas con presencia de productos priorizados.	Agrícola, Alimentos y Derivados
		Posicionamiento del Perú como centro logístico internacional.	Implementar cadena de frío y mejorar la oferta de servicios logísticos en el puerto de Matarani.	Implementar cadena de frío para productos exportables.	Agrícola, Alimentos y Derivados
		Seguridad de la cadena logística de comercio exterior.			
		Mecanismos de monitoreo e información de la competitividad logística del comercio exterior.			
		Perfeccionamiento e impulso de regímenes facilitadores de comercio exterior.			

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Nº de kilómetros mejorados	100	200	300	MTC, Gobiernos Locales, GORE, GERCETUR, GRAG, Cámara Pyme, COREPO, SADA	Coordinar con el MTC, GORE y GL la priorización de mejora de infraestructura rural vial de las zonas alto andinas.	COREPO
Cadena implementada			1	Autodema, GORE, GRAG, GERCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, SADA	Coordinar actividades para diseño e implementación	GERCETUR





PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
	3.2	Gestión aduanera y fronteriza.	Optimización de los procesos aduaneros, sustentados en una eficiente gestión del riesgo y basados en estándares internacionales.		
			Fortalecimiento de las autoridades de control fronterizo y las agencias de control vinculadas al ingreso y salida de mercancías.		
			Promoción de la seguridad de la gestión aduanera y fronteriza ante factores de riesgo sobre los flujos de comercio.		

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA	
	3.3	Financiamiento del comercio exterior.	Mecanismos de financiamiento y fondos de inversión especializados para proyectos de exportación e internacionalización de empresas.	Promover la difusión de fondos concursables del Estado	Desarrollar talleres de difusión de fondos para apoyo a empresas exportadoras de servicios	Servicios
		Elaborar guía informativa sobre fuentes de financiamiento	Moda			
		Implementar asesoría financiera sobre reducción de sobrecostos en transferencias y/o recepción de pagos	Moda			
	3.4	Mejora del marco regulatorio aplicado al comercio exterior.	Mejora del marco regulatorio aplicado al comercio exterior.	Simplificar los procesos tributarios y aduaneros incrementando su acceso y eficiencia con énfasis en las pymes.	Implementar esquema de penalidades a empresas logísticas que incumplan con las condiciones tarifarias y de entrega de mercancías.	Moda
		Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.	Implementación de la VUCE 2.0: soluciones integrales para exportadores, importadores, empresas prestadoras de servicios al comercio exterior y entidades públicas, y otras soluciones tecnológicas.			

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
N° de empresas participantes	10	30	50	MINCETUR, PROMPERÚ, GORE, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, ONG Desarrollo y Gestión	Apoyar en las actividades de preparación. Gestionar la realización del taller.	ONG Desarrollo y Gestión PROMPERÚ
Guía elaborada	1			Cámara Pyme, PROMPERÚ, Innovate, MEF, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE	Elaborar y difundir la guía.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
N° de asesorías	2	5	9	Cámara Pyme, PROMPERÚ, SBS, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR	Promover actividades de asesoría financiera. Brindar apoyo en las actividades programadas.	Cámara Pyme PROMPERÚ
N° de mecanismos de defensa implementados	1	3		Cámara Pyme, MINCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PROMPERÚ, Sunat, Serpost	Coordinar asesoría en mecanismos de defensa. Brindar apoyo en las actividades programadas según corresponda.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa PROMPERÚ



	LÍNEAS DE ACCIÓN			BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
<p>Pilar 4</p> <p>Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.</p>	4.1	Red Nacional de Apoyo al Desarrollo de Comercio Exterior.	Asistencia descentralizada al exportador.			
			Sistema de atención y orientación al usuario de comercio exterior.			
	4.2	Generación de competencias en comercio exterior.	Fortalecimiento de las competencias en comercio exterior en el sector público.			
			Fortalecimiento de competencias en comercio exterior en el sistema educativo.			
			Fortalecimiento de las capacidades empresariales.	Fortalecimiento de las capacidades empresariales para la exportación.	Desarrollar capacitaciones sobre fuentes de financiamiento para acceder a equipos, maquinarias, cosecha, post cosecha.	Agrícola, Alimentos y Derivados
					Desarrollar capacitaciones sobre normatividad de patentes de software y servicios.	Servicios
Desarrollar capacitaciones para la exportación de servicios.	Servicios					

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Nº de capacitaciones	10	22	36	Agro Banco, Innova, Inia, Agroideas, Procompite, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, Cámara Pyme, GEREPRO, GRAG, GERCETUR, Sierra Exportadora, SADA	Coordinar e implementar capacitaciones.	Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
Nº de empresas participantes	10	30	50	PROMPERÚ, INDECOPI, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR	Gestionar y coordinar con INDECOPI.	PROMPERÚ
Nº de empresas participantes	10	30	50	Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, PRODUCE, PROMPERÚ	Gestionar el desarrollo de capacitaciones.	GERCETUR

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN			BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA
					Articular al empresariado con la academia y el sector público para el desarrollo de capacitaciones empresariales específicas del sector manufactura.	Manu- factura
					Desarrollar capacitaciones en el uso de herramientas de difusión y promoción de servicios.	Servi- cios
					Desarrollar capacidades en diseño, desarrollo de productos, costos, comercialización y logística.	Moda
					Desarrollo de capacidades en el uso de TIC's para productos textiles y calzado.	Moda
					Incrementar la participación en programas de capacitación en comercio exterior y TIC's por etapas de desarrollo.	Manu- factura

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Nº de capacitaciones	4	12	24	Cámara Pyme, GEREPRO, GERCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, universidades e institutos	<p>Coordinar actividades con instituciones involucradas.</p> <p>Brindar soporte logístico a las actividades programadas.</p>	Cámara Pyme GERCETUR
Nº de empresas participantes	30	80	120	PROMPERÚ, MINCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, GERCETUR, ASPROES Asociados, universidades.	<p>Apoyar las actividades de preparación.</p> <p>Gestionar las capacitaciones.</p>	ASPROES Asociados PROMPERÚ
Nº de capacitaciones	6	15	27	Cámara Pyme, PROMPERÚ, GEREPRO, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa	Promover capacitaciones.	PROMPERÚ
Nº de capacitaciones	3	12	24	Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, Universidades	Organizar y difundir las capacitaciones.	CITE Cuero y Calzado
Nº de empresas participantes	25	100	250	Cámara Pyme, GERCETUR, PROMPERÚ, Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, MINCETUR, PRODUCE	<p>Coordinar actividades con las instituciones involucradas para trabajo conjunto.</p> <p>Brindar soporte especializado y logístico a las actividades programadas.</p>	Cámara Pyme PROMPERÚ

PILARES	LÍNEAS DE ACCIÓN		BRECHAS DE COMPETITIVIDAD	ACCIÓN ESPECÍFICA	CADENA	
	4.3	Transferencia Tecnológica e Innovación para la Competitividad Internacional.	Promoción de la transferencia tecnológica e innovación para la internacionalización.	Promover el desarrollo de I+D+i	Desarrollar e implementar un Parque Científico Tecnológico.	Servicios
			Vigilancia tecnológica para la exportación.	Incrementar el nivel tecnológico en procesos industrializados.	Implementar pasantías tecnológicas.	Moda
				Facilitar el acceso a información tecnológica.	Implementar un programa de transferencia tecnológica para el incremento de la productividad por cada rubro manufacturero.	Manu- factura
					Difundir los beneficios y herramientas que promueven la investigación tecnológica.	Manu- factura

INDICADOR DE DESEMPEÑO	FASES DE IMPLEMENTACIÓN			ENTIDADES INVOLUCRADAS	COMPROMISO	RESPONSABLE DIRECTO
	2018	2021	2025			
Parque implementado			1	GORE, PRODUCE, MINCETUR, MEF, GEREPRO, GERCETUR, Cámara Pyme, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, ASPROES Asociados, universidades	<p>Coordinar la creación del Parque Científico Tecnológico.</p> <p>Gestionar la implementación.</p>	<p>ASPROES Asociados</p> <p>GEREPRO</p>
Nº de pasantías	1	7	15	Cámara Pyme, MINCETUR, PROMPERÚ, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, CITE Textil, CITE Cuero y Calzado, universidades	Promover la realización de pasantías.	CITE Cuero y Calzado
Programas implementados	1	3	10	Cámara Pyme, GORE, PRODUCE, GEREPRO, GERCETUR, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa	Coordinar con actores involucrados la formulación e implementación del programa.	Cámara Pyme
Nº de eventos de difusión	2	8	24	Cámara Pyme, GORE, GEREPRO, Concytec, Universidades, Cámara de Comercio e Industria de Arequipa, INDECOPI	Coordinar actividades de difusión con el GORE.	Cámara Pyme





CONCLUSIONES

- Arequipa posee un gran potencial exportador, siendo la segunda economía regional del país, con una ingente riqueza de recursos naturales, una diversidad de pisos ecológicos, climas propicios para la producción agrícola, una importante disponibilidad hídrica y uno de los mayores índices de capital humano del país, aspectos a ser desarrollados desde la implementación del PERX Arequipa.
- La región presenta una notable aptitud minera, al contar con importantes recursos minerales y con disponibilidad de factores productivos de soporte, entre los cuales destacan los servicios auxiliares mineros conformados por certificadoras, servicios de perforación y consultoras.
- Arequipa cuenta también con un conjunto de atractivos turísticos que comprende el turismo cultural, de aventura, ecoturismo, vivencial, de sol y playa, de congreso y convenciones, y gastronómico. El centro histórico de la ciudad ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO y la danza del Wititi, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en diciembre de 2015.
- La formulación del PERX de la Región Arequipa se ha realizado en el marco de la implementación del PENX 2025, de tal manera que permita efectuar acciones conjuntas con miras a un objetivo común, evitando la duplicidad de actividades.
- La implementación del PERX se debe realizar a través de los instrumentos regionales de gestión: Plan Regional de Desarrollo Concertado, Plan Operativo Institucional y Presupuesto Regionales. Para ello, se sugiere que la formalización del PERX Arequipa se viabilice a través de una Ordenanza Regional.
- Para el éxito del PERX es indispensable la participación de los actores regionales del sector público, privado y académico, siendo uno de sus principales roles el realizar el seguimiento respectivo para la adecuada implementación y monitoreo de las acciones planteadas. Con ese fin, se recomienda la instalación del Comité Regional de Exportaciones - CERX en la región, el cual debe ser liderado por los actores del sector privado y la participación del sector público y académico, así como otros actores privados.



ANEXOS

Anexo 1:

Aspectos generales de Arequipa

A) Aspectos geográficos y recursos naturales



SUELOS: La región cuenta con el 8% (148 mil hectáreas) de superficie agrícola dentro de la cual el 86% se encuentra bajo riego, cifra superior al resto de regiones en las cuales el promedio es 33%.

Superficie de las unidades agropecuarias con tierras

	Superficie (ha)	Part. %
Superficie agrícola	148 033	8
Bajo riego	127 891	86
En secano	20 142	14
Superficie no agrícola	1 817 237	92
Pastos naturales	1 512 063	83
- Manejados	128 995	7
- No manejados	1 383 068	76
Montes y bosques	146 634	8
Toda otra clase de tierras	158 540	9
TOTAL	1 965 270	100

RECURSO FORESTAL: La superficie forestal regional, incluyendo los montes, es de casi 147 mil ha. lo cual representa el 8% de la superficie de las unidades agropecuarias con tierras de la región. Dentro de esta superficie se desarrollan comunidades de árboles formando bosquesillos de tara, huarango,

mito y arrayán. Asimismo, existen áreas con arbustos resinosos, conocidos como "tola" los cuales se localizan entre los 3 400 y 4 500 msnm. Por otro lado, los queñuales ocupan una superficie de 15 325 has. que representan el 0.24 % del territorio regional y constituye un bosque natural residual.

MINERÍA E HIDROCARBUROS.

La región posee al 2015:

- La segunda mayor reserva de cobre a nivel nacional con 16,40 millones TMF (Tonelada Métrica de contenido Fino).
- La segunda mayor reserva de hierro a nivel nacional con 314,60 millones TMF.
- La segunda mayor reserva de molibdeno a nivel nacional con 539 mil TMF.
- La cuarta mayor reserva de oro a nivel nacional con 5 millones de onzas
- Expectativas de hidrocarburos en los Lotes Z-58, Z-59 y Z-60, ubicados en la Cuenca Mollendo.

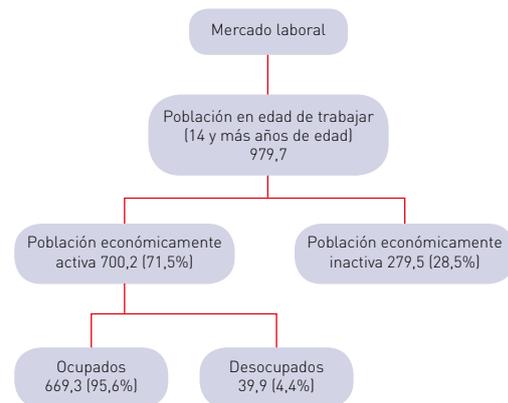
RECURSOS HÍDRICOS: La Autoridad Autónoma del Agua- ANA, en la Región Arequipa, considera diez cuencas hidrográficas importantes con un volumen anual aproximado de 7 280 millones de metros cúbicos de agua. Según su volumen, las cuencas o ríos más importantes son: Río Ocoña, Río Camaná, Río Tambo y el Río Chili.

Ríos	Longitud estimada km	Caudal medio anual (m ³ /s)	Volumen medio anual (m ³ /año)
Acarí	195	0,70	22 075 200
Yauca	172	9,72	306 529 920
Chala	73	0,20	6 307 200
Chaparra	90	0,50	15 768 000
Ático	82	0,10	3 153 600
Caravelí	140	0,20	6 307 200
Ocoña	262	100,48	3 168 737 280
Camaná	375	68,03	2 145 394 080
Chili	240	15,60	491 691 600
Tambo	287	35,31	1 113 536 160
Total			7 279 770 240

B) Población e indicadores sociales



EMPLEO: La PEA de Arequipa ascendió a 700,20 mil personas en el 2014, de las cuales el 95,60% está ocupado, mientras que el 4,40% desocupada. De la PEA ocupada, el 57% labora en el sector extractivo; el 19% en el sector de servicios no personales; el 11% en el sector comercio; el 3% en manufactura; el 6% en construcción; y en 3,90% en transportes y comunicaciones.



EDUCACIÓN: La tasa de analfabetismo de Arequipa es de 4,60% por debajo de la nacional (6,30%). Asimismo, la tasa

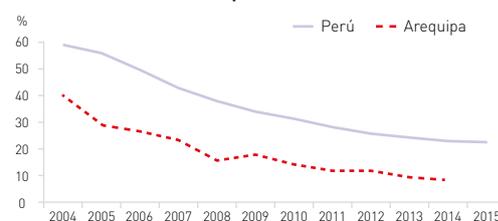
promedio de años de estudio alcanzados por la población de 15 y más años de edad es de 10,70, por encima del nacional (10,10).

ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO: En el ordenamiento regional del IDH en el 2013, Arequipa se ubica en el puesto 3. Con respecto a los componentes del IDH, ocupa la 1° posición en logro educativo y 6° en esperanza de vida (75,90 años) e ingreso familiar per cápita (S/. 818,40

mensuales). Sin embargo, se observa una situación heterogénea al interior de la región, a nivel provincial, mientras que la capital de Arequipa ocupa la 7° posición en el país, por su elevado Índice de desarrollo humano (IDH), La Unión ocupa la última posición (135°).

POBREZA: En Arequipa la pobreza ha disminuido de 40% en el 2004 a 7,8% en el 2014, una reducción de 32,2%, con lo cual el nivel de pobreza es marcadamente menor que el promedio nacional (22,7%). En cuanto a pobreza extrema, en el 2015 se ubica en un intervalo de 0,2% y 0,6%.

Población en situación de pobreza



SERVICIOS BÁSICOS: Los servicios de alumbrado, agua y desagüe conectados a red pública en la Región Arequipa son mayores al promedio nacional. Al 2015, el 91% de las viviendas cuenta con agua potable, el 78% con desagüe y el 96% con electricidad. Cabe destacar que en la región ha ocurrido un crecimiento de estos servicios por red pública entre el 2010 y 2015, principalmente en el abastecimiento de agua y alumbrado eléctrico.

Hogares en viviendas particulares con servicios por red pública

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Agua por red pública						
Nacional	76,8	77,3	82,5	83,2	85,8	81,3
Lima*	89,8	91,2	91,3	91,7	93,0	87,8
Arequipa	88,8	87,6	92,9	92,2	92,4	91,4
Desagüe por red pública						
Nacional	64,8	65,9	67,3	67,3	67,5	66,8
Lima*	87,1	88,6	89,5	89,5	90,5	89,7
Arequipa	77,6	76,0	78,5	76,5	73,6	77,7
Alumbrado eléctrico por red pública						
Nacional	88,1	89,7	91,1	92,1	92,9	92,9
Lima*	98,9	99,1	99,4	99,1	99,2	97,8
Arequipa	94,2	95,9	96,3	96,3	97,7	95,6

* Excluye la Provincia Constitucional del Callao

C) Infraestructura y corredores económicos



RED VIAL: La red vial existente de Arequipa está conformada por cerca de 9.2 mil km, de los cuales el 22% se encuentra pavimentada. En el 2007 se concesionó el tramo 5 de la IIRSA Sur (Ilo – Matarani - Azángaro) que tiene una extensión aproximada de 855 km, por un periodo de 25 años y un compromiso de inversión del orden de US\$ 199 millones; y en el 2013 se concesionó el tramo vial Dv. Quilca - Dv. Arequipa - Dv. Matarani - Desvío Moquegua - Dv. Ilo – Tacna - La Concordia, por un periodo de 25 años y un compromiso de inversión de US\$ 160 millones.

Infraestructura del sistema vial de carreteras 2014
(km de vías por cada km² de superficie)

	Pavimentada	No pavimentada	Total
Arequipa	31,6	113,2	144,8
Nacional	17,1	5,6	22,6
Departamental	8,4	19,1	27,5
Vecinal	6,2	88,5	94,8
Perú	16,9	111,8	128,7
Nacional	13,5	6,5	20,1
Departamental	1,9	17,6	19,5
Vecinal	1,5	87,7	89,2

TRANSPORTE AÉREO: El Aeropuerto Internacional Rodríguez Ballón, se encuentra situado a 8 km. del centro de la ciudad, a una altura de 2560 m.s.n.m., siendo el tercer terminal aéreo después del Aeropuerto de Lima y el Aeropuerto de Cusco. En el 2015, se registró un movimiento operacional de 15 mil entradas y salidas, siendo internacionales el 1.2%, mientras que nacionales el 98.8%. Asimismo, registró un movimiento de 1 492 mil pasajeros,

siendo los nacionales los de mayor participación con un 99,9%. Asimismo durante los últimos años se ha registrado en total 40 vuelos diarios de ida y vuelta. La infraestructura aeroportuaria de Arequipa comprende, además, tres aeródromos de uso público, de los cuales dos pertenecen a las municipalidades de Atico e Islay, y uno a la Compañía de Minas Buenaventura S.A., y un helipuerto perteneciente a la municipalidad de Sayla.

TRANSPORTE MARÍTIMO: El Puerto de Matarani inició sus actividades en 1947, el cual a través de los años va cobrando importancia para el comercio exterior, vía por donde también se moviliza carga para Bolivia. En 1999 es adjudicado por treinta años a la empresa Terminal Internacional del Sur S.A. (Tisur). Durante el 2015 el puerto movilizó un total de 3 815 mil TM de carga, registrando un crecimiento de 12.1% en relación al 2014, de los cuales 2 162 mil TM corresponden al régimen

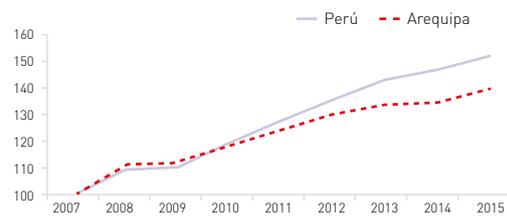
de exportación, 1376 mil TM al régimen de importaciones y 277 TM a otros. Los principales bienes de exportación están constituidos por minerales. Cabe destacar que la concesionaria TISUR inauguró en junio del 2016, el nuevo Muelle F del Terminal Portuario de Matarani, que permitirá el embarque de concentrados de minerales provenientes de las operaciones mineras Cerro Verde, Antapaccay y Las Bambas en forma encapsulada.

D) Dinámica productiva y exportadora



PRODUCTO BRUTO INTERNO: El PBI real de Arequipa, durante el 2007 – 2015, creció en línea con el PBI Nacional, impulsado en parte por el desarrollo de las exportaciones.

Producto Bruto Interno Real (índice 2007=100)



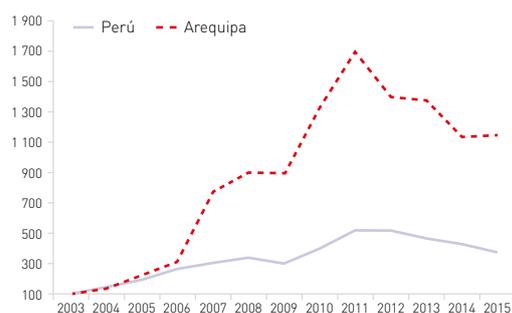
SECTORES PRODUCTIVOS: En la estructura productiva departamental, el sector de extracción de Petróleo, Gas y Minerales destaca por ser el de mayor importancia relativa (23,9%), seguido por Otros servicios (18,4%), Manufactura (14,4%) y Comercio (11,6%), entre otros.

Valor Agregado Bruto 2015 (Valores a precios constantes 2007)

Actividad	VAB	Estructura %	CPA 2007-15
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1 551 462	6,6	2,3
Pesca y acuicultura	53 543	0,2	-13,8
Extracción de petróleo, gas y minerales	5 654 956	23,9	2,8
Manufactura	3 406 490	14,4	0,4
Electricidad, gas y agua	261 664	1,1	2,5
Construcción	1 977 557	8,4	11,9
Comercio	2 745 828	11,6	6,0
Transporte, almacén, correo y mensajería	1 331 534	5,6	4,9
Alojamiento y restaurantes	572 589	2,4	6,6
Telecomunicaciones y otros servicios de información	899 503	3,8	11,5
Administración pública y defensa	822 055	3,5	8,2
Otros servicios	4 352 138	18,4	5,3
Valor agregado bruto	23 629 319	100,0	4,2

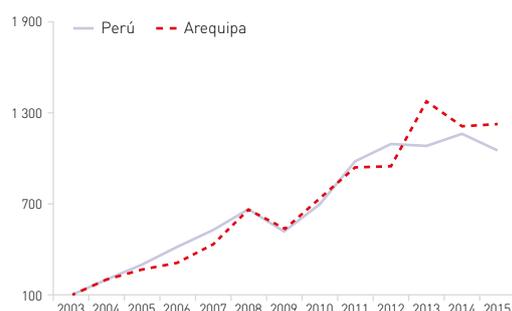
EXPORTACIONES: Arequipa ha registrado un mayor crecimiento que el índice nacional impulsado por el crecimiento de la actividad minera, principalmente por exportaciones de cobre (3er productor a nivel nacional en el 2015) y otros minerales. Así, las exportaciones pasaron de US\$ 268 mill. en el 2003 a US\$ 3 097 mill. en el 2015, lo cual representa un crecimiento promedio anual de 22,6% en 12 años.

Índice de exportaciones (índice 2003=100)



EXPORTACIONES NO TRADICIONALES: Tuvo un crecimiento de US\$ 118 millones en el 2003 a US\$ 562 millones en el 2015 lo cual representa un crecimiento promedio anual de 13,9% en doce años. El Sector Sidero-metalúrgico fue el que más creció en el último año.

Exportaciones no tradicionales (índice 2003=100)



E) Principales sectores productivos



EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO, GAS Y MINERALES:

Arequipa cuenta con importantes recursos minerales, principalmente metálicos, a lo que se suma una adecuada disponibilidad de factores productivos de soporte, por ejemplo, mano de obra calificada, bienes e infraestructura de servicios públicos. La quinta parte del crecimiento económico registrado por

Arequipa en el periodo 2007-2014 es atribuible a la minería en forma directa, a lo que debe sumarse el efecto indirecto relacionado con los eslabonamientos productivos que se genera a través de su demanda de bienes y servicios conexos. En el 2015 la minería generó aproximadamente 35 mil empleos en esta región, lo que es equivalente al 18% del empleo nacional sectorial.

MANUFACTURA: Arequipa es el segundo polo de desarrollo industrial del país y cuenta con una base conformada por empresas líderes productoras de bienes de consumo, insumos y bienes de capital de alcance nacional y regional. De esta forma, en el periodo 2007-2014 el sector explicó el 16% del crecimiento de la producción regional. En Arequipa existen 8,6 mil empresas manufactureras, de las cuales

47 clasifican como empresas medianas y grandes, que se ubican en su gran mayoría en la provincia de Arequipa. Las empresas se concentran principalmente en las ramas de actividad manufacturera alimentos y bebidas, productos de metal, prendas de vestir, calzado, muebles, edición e impresión y productos textiles, en las que operan el 85 por ciento del total de empresas que realizan actividades en la región.

COMERCIO: Arequipa, es la segunda región con mayor cantidad de centros comerciales del país, al contar con cinco centros comerciales: Real Plaza Arequipa, Parque Lambramani y Mall Aventura Plaza Arequipa, todas desde el 2010, Arequipa Center desde el 2013 y desde el 2016 el Mall Aventura Plaza Cayma que se construyó con

una inversión estimada de S/ 224 millones. Sin embargo, la congestión del transporte en la ciudad capital impacta negativamente a este sector al afectar en aspectos económicos-sociales de su población como costos, horas-hombre perdidas, menor bienestar de la población y eventualmente inseguridad.

CONSTRUCCIÓN: El sector construcción explicó el 10% del crecimiento de la producción de Arequipa en el periodo 2007-2014. Asimismo, registró un crecimiento promedio anual del orden de 16% para el mismo periodo, significativamente mayor al crecimiento promedio de la producción

regional. Este desarrollo respondió, entre otros factores, a la ejecución de nuevos proyectos y de proyectos de ampliación de empresas en marcha, la construcción de viviendas y ejecución de programas habitacionales financiados por el Estado, y la ejecución de obras públicas.

AGROPECUARIO: Entre los años 2008 y 2015, este sector registró un crecimiento promedio anual de 2,4%. Según el BCRP el sector agropecuario exhibe una baja productividad al interior de los diferentes sectores productivos

en la región, definida como el cociente entre el valor agregado bruto de producción regional y la PEA ocupada sectorial, sin embargo, ésta triplica la productividad agropecuaria promedio a nivel nacional.

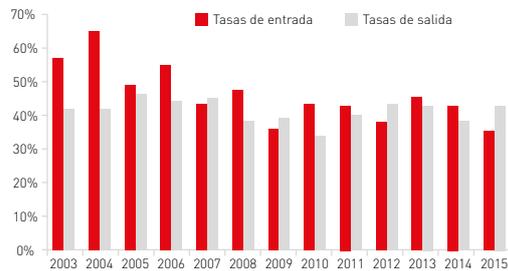
F) Dinámica empresarial exportadora



(*) En un periodo de 13 años

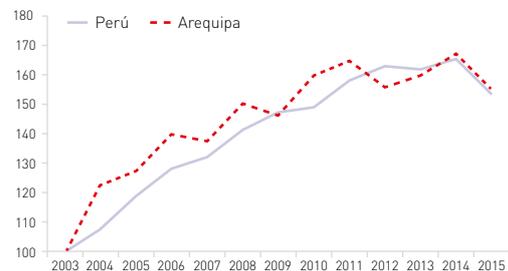
ENTRADA Y SALIDA: Las empresas exportadoras que registran exportaciones desde la Región Arequipa tienen relaciones comerciales de muy corta duración. En efecto, la tasa promedio anual de salida de empresas exportadoras fue de 41% durante 2003-2015, mientras que la tasa promedio anual de entrada fue de 46%.

Tasas anuales de salida y entrada de empresas exportadoras



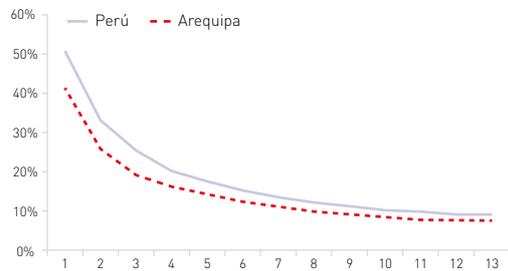
CRECIMIENTO DE EMPRESAS: El número de empresas exportadoras creció en 55% entre el 2003 y 2015 por encima del crecimiento nacional de 53%. Asimismo, para el periodo 2007 -2013 el número de empresas exportadoras que emplean entre 51 a 100 trabajadores pasó de 15 a 30 lo que representa un crecimiento de 100%.

Número de empresas exportadoras (índice 2003=100)



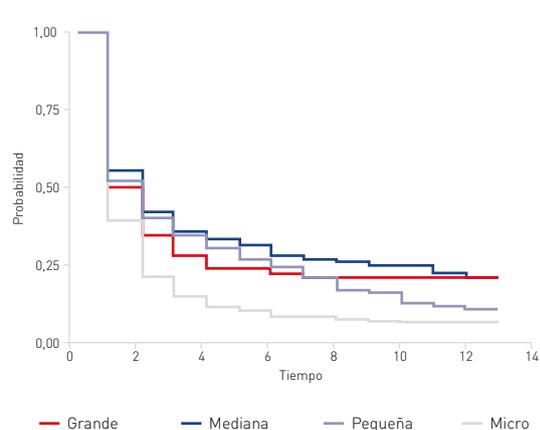
SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL: El Estimador Kaplan-Meier estima la probabilidad de sobrevivir de una empresa después de permanecer exportando un tiempo determinado. De acuerdo a este estimador, la probabilidad de una empresa no tradicional (que ingresó en el 2003) de permanecer en el mercado por un periodo de 13 años es de 8%.

Análisis de supervivencia del sector no tradicional



EXPORTACIONES NO TRADICIONALES: Desagregando a las empresas según exportaciones totales anuales registradas por la Región Arequipa se muestra que las grandes registran una probabilidad de permanencia hasta el año 13 de 18%. Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas tienen una probabilidad de supervivencia de 8% y 19% hasta el año 13, respectivamente. Finalmente, las microempresas tienen una probabilidad de supervivencia de sólo 3% hasta el año 13.

Estimaciones de supervivencia Kaplan - Meier



G) Principales productos de exportación

PRODUCTOS	HILADOS	PLATA EN BRUTO ALEADA
Zonas de producción	Los hilados artesanales se producen en la provincia de Caylloma, asimismo existe una planta artesanal en cerro colorado - Arequipa, y otras en la ciudad de Arequipa.	Minas Arcata ubicada en Caylloma (Castilla alta) Perteneciente a la Compañía Minera Ares S.A.C.
Reseña de situación de la oferta	Existen variedades de hilados de acuerdo a las plantas y/o animales que brinda la biodiversidad del Perú. La oferta para la exportación de Arequipa va desde los Hilados de Lana, algodón, fibra sintética, seda y Lino, donde los dos primeros son los más demandados en el Exterior.	Este metal precioso es blanco, brillante, dúctil y maleable, lo cual permite ser usado en las distintas obras de orfebrería y joyería, siendo la Mina Arcata la principal productora.
Reseña de la gestión organizacional	Existen asociaciones ganaderas de alpaca, pequeños ganaderos y agricultores que proveen a las distintas empresas que transforman la materia prima como: Incalpaca, Inca tops, Michell y Cia S.A, Centro de Innovación Tecnológica de Artesanías y Turismo Arequipa y Coopecan Perú. Asimismo, existen asociaciones que elaboran el Hilado de Forma artesanal.	La Compañía Minera Ares es la principal empresa de este rubro.
Reseña de los mercados de exportación	Este producto tiene demanda nacional e internacional, la cual se utiliza para confección de prendas de vestir. Los principales países de destino son: Estados Unidos, Alemania, Brasil, Chile.	El comportamiento de las exportaciones de este producto es fluctuante, dado que depende del precio de la plata en el mercado internacional. Dentro de los principales mercados de exportación se encuentran Estados Unidos y Canadá.

Fuente: Gobierno Regional de Arequipa

BARRAS DE HIERRO O ACERO SIN ALEAR CON MUESCAS, CORDONES, SURCOS	FIBRAS TEXTILES	PRENDAS DE VESTIR Y OTRAS CONFECCIONES
<p>El hierro o acero se extraen de las distintas minas ubicadas en la Región Arequipa y su procesamiento se da en la Planta de Aceros Arequipa ubicada en la ciudad capital de la región.</p>	<p>En la Región de Arequipa la producción de fibra de alpaca y vicuña se da en Caylloma y otras provincias.</p>	<p>La principal zona de producción es la ciudad de Arequipa.</p>
<p>La Corporación Aceros Arequipa exporta el 98% del total de las exportaciones de este producto a nivel nacional. A nivel global las exportaciones de este producto son lideradas por Turquía y Ucrania.</p>	<p>El Grupo Inca, así como Michell y Cia S.A son las principales procesadoras de fibras de camélidos como la alpaca, llama y vicuñas, las cuales procesan con algo de lana de oveja y fibras sintéticas en sus confecciones y prendas. Empresas como Franky Ricky procesan el algodón pima para la confección de sus prendas, y otras empresas artesanales trabajan y procesan el pelo de conejos angora.</p>	<p>Los principales productos exportados al mercado exterior son los Polos de Algodón, Chompas de Alpaca, Confecciones de Tejido Plano en Alpaca (Abrigos, Chaquetas, Chaquetones, Guantes, Bufandas, Chales, etc).</p>
<p>En la ciudad de Arequipa existen muchas empresas que se dedican a la producción de dicho producto. Sin embargo, la exportación es liderada por la empresa Corporación Aceros Arequipa S.A, asimismo, junto con Siderúrgica de Perú comparten el abastecimiento del mercado Nacional.</p>	<p>La actividad alpaquera, crianza y obtención de fibra de alpaca constituye una actividad básica en las zonas altoandinas en donde residen productores y comunidades de bajos ingresos y vulnerables a los cambios en las condiciones climatológicas. Las principales empresas que procesan las fibras son: Inca Tops, Incalpaca, Michel y Cia, Franky & Ricky, y pequeñas empresas como Coopecan y otras Pymes artesanales.</p>	<p>Existen empresas entre grandes y pequeñas como Qori Exports S.R.L, Fibras Peruanas E.R.L.T, Incalpaca Textiles Peruanas de Export S.A, PYP E.I.R.L, Michell y Cía., Art Atlas E.R.L., Etc. que tienen una fuerte participación en las exportaciones hacia mercados exteriores.</p>
<p>Los principales países de destino son Bolivia (70%), Colombia (16%) y Estados Unidos (11%).</p>	<p>Los principales países de destino son Italia, China, Corea del Sur, Japón y Taiwán.</p>	<p>Los destinos de las exportaciones son principalmente Estados Unidos, Alemania, Brasil, Chile.</p>

H) Principales productos agroindustriales de exportación

PRODUCTOS	ACEITUNA	ALCACHOFA
Zonas de producción	Cultivado principalmente en Caravelí e Islay.	Las zonas de mayor producción son Arequipa, Caylloma y Castilla
Reseña de situación de la oferta	<p>Entre las principales variedades cultivadas en el Perú se tiene la Sevillana o Criolla, que es la de mayor demanda nacional y considerada la mejor para preparación de aceitunas de botija; la Ascolana Ternera, utilizada para la preparación de conservas; y Liguria, usada exclusivamente para producir aceite de oliva.</p> <p>Las exportaciones consisten en aceitunas conservadas provisionalmente, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, y frescas o refrigeradas. Entre las empresas que operan en la región destacan Nobex Agroindustrial y Agroindustria y Comercializadora Guive E.I.R.L.</p>	<p>La Alcachofa es una planta de producción anual que rinde hasta 3 cosechas (no es perenne); crece hasta 150 centímetros de envergadura y vuelve a brotar de la cepa hasta 3 veces produciendo los alcachofines que se exportan como producto ya sea fresco o congelado. Las principales variedades son la alcachofa Blanca, Violeta y la Criolla, entre otras.</p> <p>La demanda internacional de alcachofa corresponde a productos frescos y, principalmente, procesados. La agroindustria sólo acepta las variedades sin espina para la producción de alcachofines o alcachofas BB, por su sabor suave, textura sin fibra y color blanco, características valoradas en los mercados del exterior; la variedad Criolla o con espina se dirige al mercado nacional. Las principales empresas exportadoras son ALSUR Perú S.A.C. y Danper Arequipa S.A.C</p>

CEBOLLA	PALTA	UVA
<p>Arequipa registra la mayor producción de cebollas a nivel nacional, las zonas donde se cultiva son Arequipa, Islay, Caylloma y Camaná.</p>	<p>Cultivado principalmente en Caylloma, Islay, Arequipa, Camaná y Caraveli</p>	<p>Este producto se cultiva y produce en toda la Región Arequipa, concentrando su producción en Arequipa, Caravelí, Caylloma -Proyecto Majes, Condesuyos y La Unión.</p>
<p>Las variedades de cebolla son numerosas y presentan bulbos de diversas formas y colores. Pueden ser clasificadas desde diferentes puntos de vista: criterio Fito geográfico y ecológico, forma y color del bulbo, modo de multiplicación, tiempo en que se consume el producto, criterio comercial y de utilización del producto.</p> <p>A nivel regional, los volúmenes de producción han crecido en la última década, lo cual se explica principalmente por el incremento de los rendimientos. Las exportaciones de cebolla totalizaron US\$ 63 millones en el periodo 2011-2015, siendo de las variedades blanca, amarilla, rosada y roja para exportación según la demanda del mercado.</p>	<p>En la región Arequipa la mayoría de productores de palta son pequeños productores que tienen entre 1 y 5 Has. Sembradas. Solo Agrícola Pampa Baja y Proyecto Majes tienen 200 Ha. sembradas de palta Hass; en toda la región existe casi 1000 Ha. sembradas de palta de las cuales el 50% son de la variedad Hass para exportación y lo restante es palta fuerte para mercado Nacional, con una producción de 18 a 20 TM/ Hectárea.</p> <p>En el proyecto Majes y en la zona del Valle de Chaparra de Caraveli se cuentan con plantas de empaque para la selección y procesamiento para la exportación.</p>	<p>Las condiciones Edafoclimáticas de la Región Arequipa y en especial de la irrigación Majes ha permitido la instalación de diversas variedades de Uva de mesa, principalmente las variedades Red Globe, Thompson y Superior de uva para exportación, cultivándose también uvas de mesa como la Italia y diversas variedades para la elaboración de vinos y piscos.</p> <p>Actualmente Arequipa cuenta con más de 500 Ha. de Uva de mesa con rendimientos promedio de 25 TM/ hectárea.</p> <p>La oferta exportable se da entre los meses de setiembre a diciembre produciendo uva de calidad y aprovechando una ventana de mercado que se da en diciembre para venderle a China a altos precios, quienes festejan el año nuevo con la Uva Red Globe.</p>

PRODUCTOS	ACEITUNA	ALCACHOFA
Reseña de la gestión organizacional	Existen empresas con fuerte participación en el acopio, procesamiento, comercialización y exportación de aceituna como: Nobex Agroindustrial y Agroindustria y Comercializadora Guive E.I.R.L. , la Torre hermanos entre otras, las cuales hacen de empresa ancla para completar algunos pedidos de sus clientes internacionales gracias al aporte de pequeños productores y asociaciones como AAPABO, AEBA y AOBU de Bella Unión - Caraveli, que también n aceituna orgánica con certificación, según la demanda de las empresas exportadoras.	<p>A nivel de productores de alcachofa, la mayoría son productores del Proyecto Majes que tienen parcelas de 5 Has, siendo el cultivo anual y luego renovado con otros cultivos.</p> <p>Los productores tienen bajo nivel e asociatividad, escasa capacidad técnica y gestión empresarial, conocen el mercado a través de las empresas que les compran los productos para la exportación.</p> <p>En el Proyecto Majes las empresas de soporte y acopiadoras como DANPER, ALSUR Perú S.A.C, entre otras, les brindan apoyo tecnológico, transporte de los alcachofines a las plantas de procesamiento y almacenamiento en sus cámaras frigoríficas para el procesamiento y exportación a diferentes mercados.</p>
Reseña de los mercados de exportación	<p>Los principales países de destino son: Chile, EEUU, Brasil, Japón, España y Argentina.</p> <p>Chile compra aceituna sin procesar, siendo las empresas chilenas las que procesan y exportan la aceituna peruana de Caraveli y Tacna.</p>	Dentro de los principales mercados de exportación se encuentran EE.UU., España, Francia, Alemania, Canadá, Bélgica, Líbano, Países Bajos, Australia, Guatemala, Panamá, Japón y Chile.

Fuente: Gobierno Regional de Arequipa

CEBOLLA	PALTA	UVA
<p>Los productores de Cebolla son pequeños productores o empresas individuales como el caso de Majes que tienen en promedio 5 Ha. de las cuales destinan 1 o 2 Ha. para cebolla blanca de exportación o rosada para el mercado nacional. Se tiene también la experiencia de la empresa Pampa Baja del proyecto Majes que destina entre 100 y 200 Ha. para el cultivo de la cebolla, siendo también exportador.</p> <p>En la campaña de Arequipa la mayoría de productores siembran cebolla todos los años como cultivo tradicional los cuales obtienen hasta 50 TM de rendimiento por Ha. siendo un cultivo rentable.</p> <p>Los productores cuentan con tecnología tradicional y venden su producción a los acopiadores y empresas exportadoras.</p>	<p>Existen grupos de productores de palta que en algunos casos se convierten en asociaciones de productores para optimizar servicios y la comercialización, siendo en su mayoría proveedores de las empresas comercializadoras como APROAGRO, PRASIMEX, cuyos campos de cultivo cuentan con la correspondiente certificación fitosanitaria de SENASA y la certificación GLOBAL GAP. También existen otras empresas acopiadoras que las exportan a través de empresas de Lima.</p> <p>Así mismo Sierra exportadora busca asociaciones de las diferentes provincias y distritos y las articula con las empresas grandes que se dedican al Comercio Internacional. Existe interés en asociarse con la fundación PROHASS - Lima para lograr mejores precios en la comercialización y exportación de palta.</p>	<p>Los productores de Uva que en algunos casos se convierten en asociaciones de productores para optimizar servicios y la comercialización, siendo en su mayoría proveedores de las empresas comercializadoras como ASOCIACION AGRICOLA MAJES PERU cuyos campos de cultivo cuentan con la certificación GLOBAL GAP. También existen otras empresas acopiadoras que las exportan a través de empresas de Lima.</p> <p>Debemos considerar que en Arequipa tenemos 50 empresas Vitivinícolas con denominación de origen y certificación requerida para la producción de vinos y piscos de calidad para la exportación.</p>
<p>Los principales países de destino son Japón, Alemania, Colombia, EEUU, España, Ecuador, Brasil, Chile y Panamá.</p> <p>También se exporta cebolla roja a Ecuador, Colombia y Chile a través de empresas como Miranda International, Fundo América y Procesadora Agroindustrial La Joya.</p>	<p>Los principales mercados del Perú para la exportación de este producto son EEUU, México, Canadá y Europa.</p> <p>En latino América países como Chile compran gran producción de paltas las cuales clasifican y exportan.</p>	<p>Los destinos de las exportaciones peruanas de uva son principalmente EEUU, México, Canadá, Europa y países asiáticos.</p>





Anexo 2:**Matrices FODA por pilares del PENX 2025****A) Matriz FODA del Pilar 1**

	Fortalezas	Oportunidades
Pilar 1 Internacio- nalización de la empresa y diversificación de mercados	Instituciones regionales que coadyuvan a la concepción de un entorno adecuado y sostenible para la generación de negocios con capacidad de competir globalmente.	Los acuerdos comerciales vigentes y su correcto aprovechamiento para el desarrollo a largo plazo.
	Experiencia empresarial exportadora en diversos sectores.	Creciente demanda en el mercado internacional por productos orgánicos.
	Realización de actividades de promoción de inversiones y de diversificación de acuerdo a la demanda internacional.	
	Desarrollo de grandes proyectos para infraestructura básica y logística.	
	Debilidades	Amenazas
	Oferta productiva atomizada con poco uso de tecnología y recursos humanos poco capacitados.	Limitadas actividades de promoción comercial y difusión sobre casos de éxito.
	Escasa coordinación interinstitucional.	Ausencia de un mapeo de proveedores y compradores a nivel nacional e internacional.
	Débil gestión productiva, limitada competitividad y baja calidad de los bienes y servicios exportables.	Inexistencia de un sistema de inteligencia comercial de demanda internacional.
	Desaceleración económica en USA y UE.	

B) Matriz FODA del Pilar 2



		Fortalezas	Oportunidades
		Condiciones climatológicas favorables.	Estacionalidad de productos de agro exportación.
Pilar 2 Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible		Riego tecnificado en zonas de potencial productivo para la exportación.	Incorporación de nuevas áreas de cultivo en el proyecto Majes.
		Existencia de represas para asegurar la producción agrícola.	Creciente demanda en el mercado internacional por productos orgánicos.
		Debilidades	Amenazas
		Predominio del minifundio y falta de titulación de tierras.	Contaminación fitosanitaria de cultivos y crianzas de animales.
		Incipiente desarrollo del enfoque de cadenas de valor en el sector exportador.	Limitada información para la obtención de certificaciones de inocuidad y calidad.
		Poco conocimiento y uso de sistemas de aseguramiento de la calidad e inocuidad al interior de las empresas.	Factores climáticos adversos.
		Las PYMES no tienen las condiciones necesarias para insertarse por sí solas.	Desaceleración económica en USA y UE.
		Alta informalidad en sectores con potencial para la exportación como el calzado.	
		Limitados volúmenes de producción para la exportación.	

C) Matriz FODA del Pilar 3



	Fortalezas	Oportunidades
<p>Pilar</p> <p>3</p> <p>Facilitación del Comercio Exterior y eficiencia de la cadena logística internacional</p>	Optimización de los procesos aduaneros, sustentados en una eficiente gestión del riesgo y basado en estándares internacionales.	Mecanismos de financiamiento y fondos de inversión especializados para proyectos de exportación e internacionalización de empresas.
	Ubicación estratégica para el desarrollo comercial.	Mejora de la calidad de infraestructura logística para la exportación.
	Disponibilidad de servicios portuarios y aeroportuarios.	Aprovechamiento de ruta de conexión con Bolivia y Brasil.
	Debilidades	Amenazas
	Deficiente infraestructura de riego.	Cambios climáticos y desastres naturales.
	Carencia de infraestructura de acopio, almacenamiento y cadenas de frío.	Alta informalidad de las medianas y pequeñas empresas exportadoras, lo que dificulta su acceso al sistema bancario.
Infraestructura vial insuficiente hacia zonas alto andinas.		

D) Matriz FODA del Pilar 4



		Fortalezas	Oportunidades
		incorporación de temática exportadora en la educación escolar e implementación de escuelas de comercio exterior en universidades públicas y privadas.	Acceso a tecnologías de información y comunicaciones (TICs).
Pilar 4 Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora	Recurso humano por encima del promedio nacional.		
	Empresas con competitividad empresarial a niveles internacionales.		
	Debilidades	Amenazas	
	Poco conocimiento del mercado exterior y poco acceso al mismo.	Insuficientes generación y gestión de capacidades empresariales.	
	Conformismo y aplicación de prácticas tradicionales productivas.	Limitada difusión sobre los procesos y trámites necesarios para la exportación.	
	Desconocimiento de la oferta exportable de la Región.	Insuficientes servicios de información regional para el desarrollo del comercio exterior.	





ANEXO 3:

Principales proyectos ejecutados que fortalecen la cadena exportadora en Arequipa

Dentro de los principales proyectos realizados en los últimos años que pueden potenciar las actividades productivas y de exportación se tienen:

A. Ejecutados desde el Gobierno Nacional

- Construcción y mejoramiento de la carretera Camaná-Dv. Quilca-Matarani-Tacna.
- Rehabilitación y mejoramiento de la carretera Yauri-Negromayo-Oscollo-Imata, tramo Imata-Oscollo-Negromayo.
- Modernización de la gestión de los recursos hídricos.

B. Ejecutados desde el Gobierno Regional¹⁴

- Proyecto Majes-Siguas II Etapa.
- Mejoramiento de la red vial departamental Moquegua-Arequipa.
- Construcción de vía troncal interconectora entre los distritos de Miraflores, Alto Selva Alegre, Yanahuara, Cayma y Cerro Colorado de la provincia de Arequipa.
- Mejoramiento de la carretera variante de Uchumayo, entre el puente San Isidro y la vía de evitamiento, distritos Sachaca, Yanahuara y Cerro Colorado, provincia de Arequipa.
- Mejoramiento de la carretera Atico - Caraveli, Arequipa.
- Mejoramiento de la carretera Allhuay - Cotahuasi, Cotahuasi, La Unión - Arequipa.
- Mejoramiento de la carretera Caylloma - Cayarani en las provincias de Caylloma Y Condesuyos, Arequipa.

¹⁴ Incluye proyectos con avances en su ejecución.

ANEXO 4:

Identificación y análisis de actores

Dentro de los principales actores identificados se tiene:

A. Sector público

- Gobierno Regional de Arequipa
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR
- Centro de Innovación Tecnológica Textil - CITE TEXTIL
- Centro de Innovación Tecnológica Agroindustrial Majes - CITE Agroindustrial Majes
- Centro de Innovación Tecnológica del Cuero y Calzado - CITE Cuero y Calzado
- Consejo Regional de Producción Orgánica - COREPO
- Municipalidades Distritales y Provinciales
- PROMPERÚ
- Ministerio de Economía y Finanzas - MEF
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT
- Autoridad Autónoma de Majes - AUTODEMA
- Instituto Nacional de Calidad - INACAL
- Ministerio de la Producción - PRODUCE
- Proyecto Especial Majes Siguan - PEMS
- Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural - AGRORURAL
- Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA
- Programa Innovate Perú

- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI
- Sierra Exportadora
- Programa de Compensaciones para la Competitividad - AGROIDEAS
- Programa Nacional de Innovación Agraria - PNIA
- Ministerio de Energía y Minas - MINEM
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC
- Autoridad Portuaria Nacional - APN
- Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones – CERX Arequipa

B. Sector privado

- Cámara de Comercio e Industria de Arequipa
- Cámara Pyme
- Asociación de Exportadores - ADEX
- Gremios Exportadores
- ASPROES Asociados
- Sociedad Agraria de Arequipa - SADA
- Colegios Profesionales
- Minera Cerro Verde
- Bioquipa Sac

- Atisur
- Propisco

C. Sector académico

- Universidad Católica Santa María
- Universidad Nacional San Agustín
- Instituto del Sur
- Universidad la Salle

D. Organismos no gubernamentales

- ONG Desarrollo y Gestión
- ONG ERGO
- ONG El Taller
- ONG Desco
- ONG Ceder

ANEXO 5:**Identificación de marcas propias regionales**

Uno de los sectores con mayor presencia en marcas propias es la industria textil, la cual ha tenido un importante desarrollo en la última década generando importantes productos de exportación como los hilados, fibras textiles, prendas de vestir y otras confecciones, donde las principales empresas son INCALPACA, INCATOPS, MICHEL Y CIA S.A, FRANKY & RICKY, entre otras.

- **INCALPACA**, se constituye en la empresa de confecciones del Grupo Inca, para lo cual cuenta con cinco líneas de producción: telas, tejidos de punto, accesorios, confecciones en tejido plano, y la línea de casa. INCALPACA abastece al mercado nacional e internacional bajo los nombres de prestigiosas casas de moda europeas y con colecciones propias donde destacan las marcas Cóndor y Tumi, así mismo presenta un importante posicionamiento en marcas de tiendas entre las cuales destacan Kuna y Andean.
- **INCA TOPS**, empresa del grupo Inca que se dedica a la obtención de pelos, lanas y en general cualquier fibra natural o sintética para, posteriormente, ser procesado, comercializado y exportado en productos y sub-productos, principalmente tops e hilados. Está a cargo del fondo experimental en el que desarrolla un programa de mejoramiento genético llevado a cabo por Pacamarca, "Sustainable Alpaca Network", que apoya el desarrollo sustentable de la crianza de alpacas en beneficio de la cadena productiva y de la población rural más pobre. Dentro de las principales marcas desarrolladas por esta empresa para comercializar sus productos se encuentran Muhu, Anta, Pujpu Light, Alpaquita, Alpaloop, Tiyarik, entre otros.
- **GRUPO MICHELL**, es uno de los dos grupos más importantes ubicados en Arequipa, la cual cuenta con divisiones dedicadas a tops e hilados, tejidos de punto, alfombras, prendas y accesorios, entre otros. Sus principales mercados de destino de su oferta son Japón, China, Canadá, EE.UU., España, Italia, Siria, Jordania, entre otros, que concentran el 75% de su producción total. La compañía tiene en la ciudad de Arequipa cinco plantas de producción encargadas de la clasificación de fibra, lavado, peinado, industrialización de hilos y confección de prendas de vestir y artículos para el hogar. Dentro de las principales marcas consolidadas por este grupo se encuentran MFH, Sol Alpaca, Michell Carpets, entre otros.
- **FRANKY & RICKY**, cuenta con un proceso integrado con plantas de tejeduría, tintorería, corte, confección, bordados y estampados y dirigidos a nichos de mercado específicos. ha consolidado su mercado en Europa y Estados Unidos de América, atendiendo a clientes de prestigiosas marcas internacionales. Los productos de esta empresa se comercializan bajo la marca Franky & Ricky.

ANEXO 6:**Acrónimos, programas y siglas**

ADEX	Asociación de Exportadores
AGROIDEAS	Programa de Compensaciones para la Competitividad
AGRORURAL	Programa para el Desarrollo Productivo Agrario Rural
APN	Autoridad Portuaria Nacional
AUTODEMA	Autoridad Autónoma de Majes
CERX	Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones
CITE	Centro de Innovación Tecnológica
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica
COREPO	Consejo Regional de Producción Orgánica
GERCETUR	Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
GEREPRO	Gerencia Regional de Producción
GOLO	Gobierno Local
GORE	Gobierno Regional
GRAG	Gerencia Regional de Agricultura
INACAL	Instituto Nacional de Calidad
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
MINEM	Ministerio de Energía y Minas
MTC	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
PEMS	Proyecto Especial Majes Sigvas
PNIA	Programa Nacional de Innovación Agraria
PRODUCE	Ministerio de la Producción
SADA	Sociedad Agraria de Arequipa
SENASA	Servicio Nacional de Sanidad Agraria
SUNAT	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria





PERX**Plan Regional Exportador****Arequipa**

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR).

Calle Uno Oeste N° 50, Urb. Córpac,

San Isidro. Lima 27, Perú

Teléfono: (51-1) 513-6100

www.mincetur.gob.pe

© MINCETUR. Todos los derechos reservados.

Hecho el Depósito Legal en la

Biblioteca Nacional del Perú N° 2018-13462

Lima, octubre de 2018

Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Elaboración:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR). Obra colectiva.

Edición, concepto, diseño y diagramación:

Josué Figueroa Escobar - Grafitti.pe

Mártir Olaya 129, oficina 1906, Miraflores. Lima, Perú

Replicado e impresión:

CD Plast SAC

Los Telares 273, Ate. Lima, Perú

Fotos:

PROMPERÚ

SHUTTERSTOCK

Primera edición - Octubre 2018.

