

EDUCACIÓN DE EMPREENDEDORES Y PLAN DE NEGOCIOS TERRITORIALES



Experiencias



Promocionado por
los Gobiernos
Locales

Ricardo Claverías Huerse
(Global Social Responsibility)
30 diciembre 2014

Nov. del 2013

Fuente: USAID, G.M. San Juan de Miraflores, FONDOEMPLEO, FOMIN-
BID, CIED, AGROIDEAS, CENTRO GLOBAL ...

Educación para una Nueva Economía



Economía Basada en las Fuerzas del Trabajo, la Agricultura y el Sector Servicios



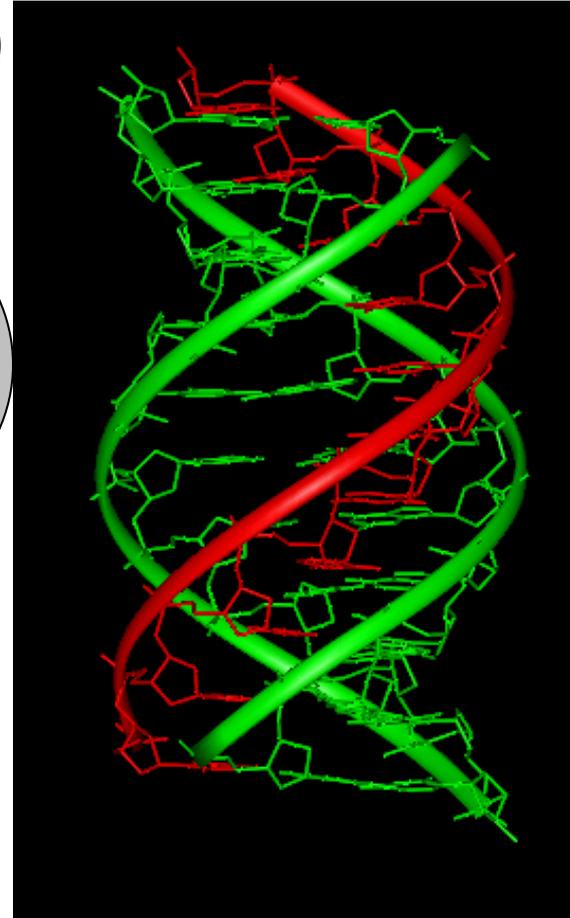
Economía Basada en el Conocimiento y la Tecnología

Triple Hélice

- Los sectores académicos y privados constituyen, conjuntamente con las administraciones públicas, la Triple Hélice.
- Una parte importante del éxito de ésta dependerá de la fortaleza y del equilibrio de las interacciones entre los tres agentes y con los instrumentos y estructuras de intermediación e interrelación que se creen para mejorar la cohesión del sistema.

Academia

**Maximalizar el
Valor de la
Investigación
Académica**

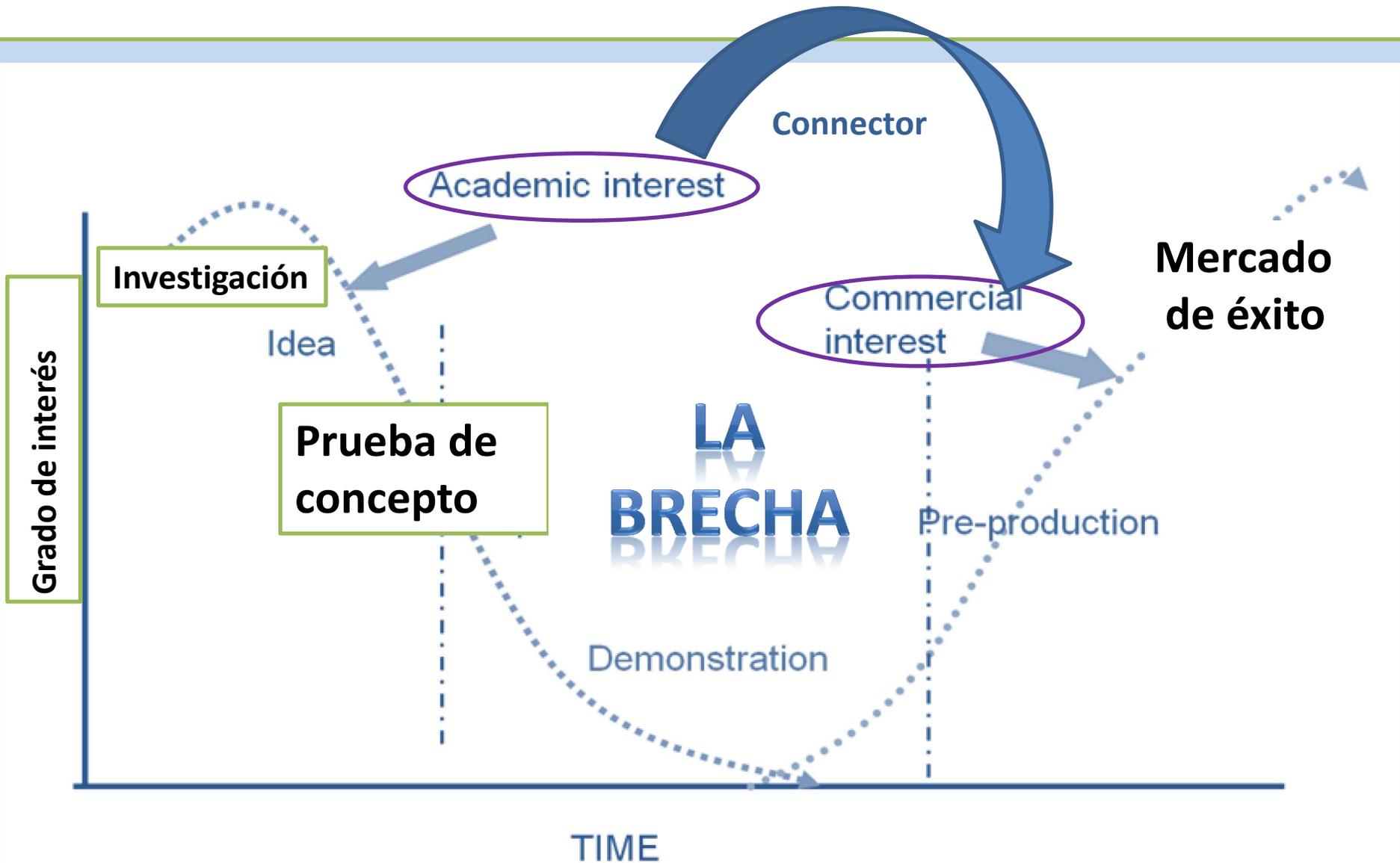


Empresa

**Transformar
Ideas en
Oportunidades
de Negocios**

**Respaldar
Empresas
Tecnológicas**

Ad.Públicas



*Connecting Universities to Regional Growth:
A Practical Guide*

Mi foto

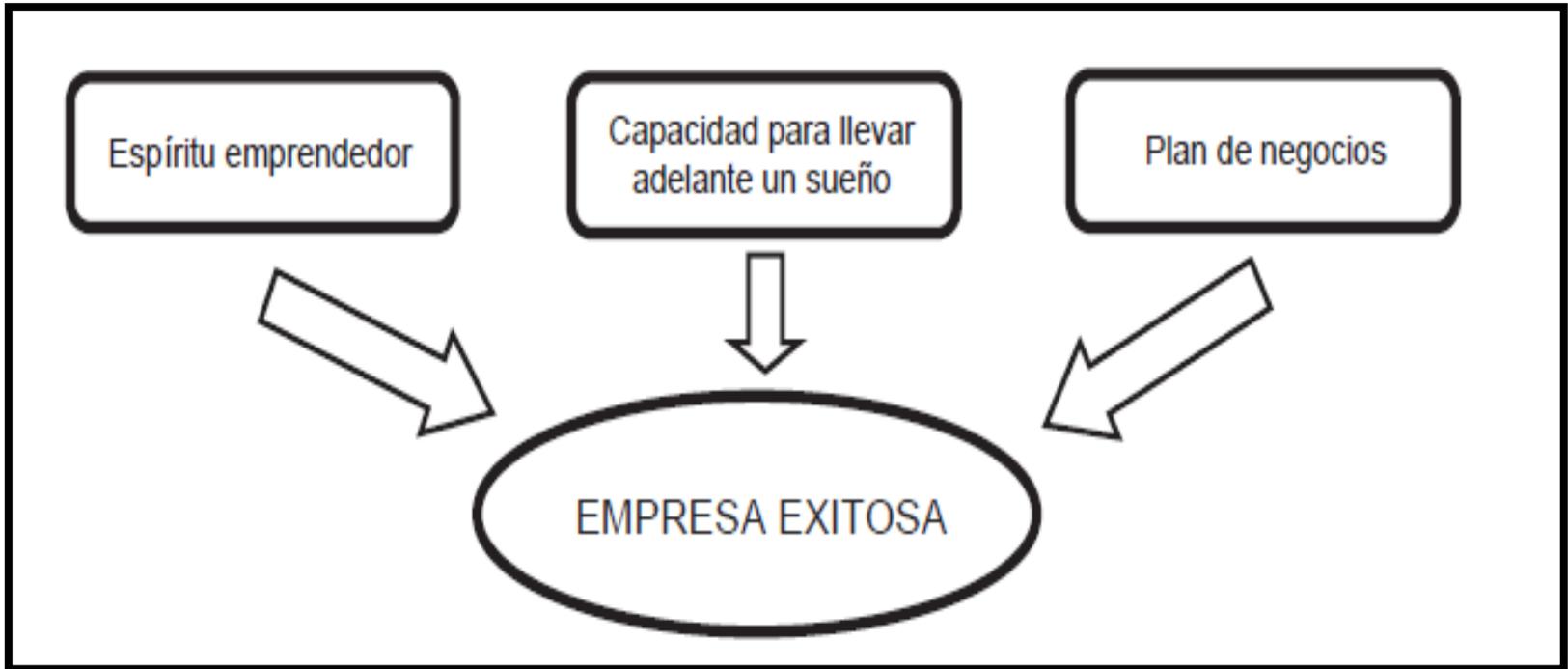


**y la de muchos
investigadores o
técnicos**

Crear centros superiores Emprendedores

LLenar de fuerte tejido de conocimiento y tecnología tanto del sector privado como público.

Que de cada cuatro empresas que se crean, lo sean a partir de investigadores del sector académico.



Fuente: USAID

CARACTERÍSTICAS Y ACCIONES DE LOS EMPRENDEDORES

Identificar una oportunidad de nuevos negocios y organizar los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Lograr encontrar oportunidades de nuevos negocios dónde nadie más pudo.

Lograr que en las cadenas de valor se tengan conocimientos del tipo de productos que requieren en la demanda.

Posicionamiento en el mercado de acuerdo a una marca territorial.

Programación de la producción: épocas de entrada al mercado y precios para no tener competencia. conocimiento de las características del producto que requiere la demanda.

Manejo de planes de negocios.

Innovación y aumento de la productividad

Ahorro, austeridad y reinversión.



•Técnicos formados para ser empresarios e impulsar el desarrollo económico local.

•Aprenden a elaborar y gestionar proyectos con financiamiento del Estado y la cooperación internacional.

•Los estudiantes desarrollan “microempresas estudiantiles” en producción de uva, banano, granja de porcinos, ovino, aves, etc. para la exportación.

**PIURA: ASOCIACION
CHIRA CENTRO DE
FORMACIÓN
BINACIONAL “Proyecto
Chira – P9)**



Ricardo Claverías

**Instituto Superior
Tecnológico:**

Impulsado por

- Una asociación civil .
- El gobierno regional.
- Dos municipalidad (Lomas, Mollate) unidas en mancomunidades.
- La Dirección Regional de Educación y otras.

LOS JÓVENES: CAPITAL SEMILLA PARA EMPREENDEDORES, INNOVADORES

**Incubadora
de empresas
municipales,
por ejemplo**

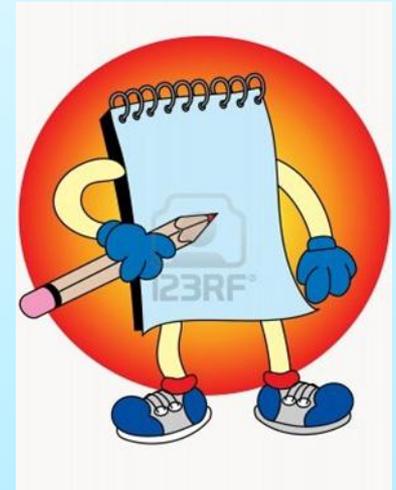


RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DE NEGOCIOS

-Descripción del producto o servicio.

-Describe cuál es el producto o servicio que se va a prestar.

A qué necesidad responde y cuál es su diferencia en relación a la competencia.



(Fuente: San Juan de Miraflores: 2012)

**¿Cómo hacer un
proyecto
productivo
territorial o un
negocio rentable en
un contexto de
minifundio,
reducción de las
tierras agrícolas y
cambio
climático ?**



INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIOS?

Un Plan de Negocios es una recopilación de información que permite decidir sobre la conveniencia o no de efectuar un proyecto empresarial o de negocios.



¿Primero se define qué producir entre los productores?

¿O es mejor conocer primero el mercado?

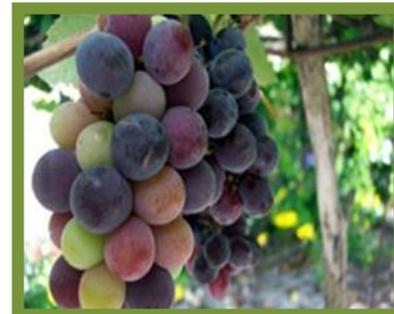
TOTTUS
Te da más por menos

LIMA



Mercado
Brasil

¿CÓMO VAN LAS TENDENCIAS EN LOS MERCADOS?



EJEMPLO, EXPORTACIONES DE UVA DE MESA DEL PERÚ POR DESTINO KG. (CAMPAÑAS)

VOLUMEN (KG)	05 / 06	06 / 07	07 / 08	08 / 09	09 / 10*
UNITED STATES	5,090,903	6,959,871	9,626,840	9,012,254	16,681,461
NETHERLANDS	3,420,127	3,694,843	5,046,776	8,090,340	9,357,852
HONG KONG	2,980,197	5,109,868	5,532,364	5,228,599	8,793,016
RUSSIAN FEDERATION	244,488	608,662	1,205,764	1,971,309	6,566,898
UNITED KINGDOM	2,441,822	2,320,093	2,525,178	3,336,752	3,586,301
SPAIN	1,107,385	989,661	1,342,283	1,484,793	3,109,522
CHINA	413,280	1,143,496	4,417,419	2,607,600	2,902,802

Fuente: Consultora *Inform@cción*

¿ Qué quiere el mercado?



Y eso hay que producir ¿Podemos?

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA NATURALEZA DEL NEGOCIO QUE SE VA A EMPRENDER.

-Datos Generales de la Organización

-Ubicación del proyecto (s)

-Principales productos o servicios de la Organización

¿Hay capacitación y cambios en la cantidad y CALIDAD de los productos o son los mismos que van a ser mejorados?

-Tipo de empresa: Individuales, redes empresariales ¿asociados?

BENEFICIOS DE LAS ASOCIACIONES O DE LAS REDES EMPRESARIALES

**ABARATAR PRECIOS DE
INSUMOS**

MEJORAR PRECIOS DE VENTA

ANTECEDENTES DEL CONTEXTO Y LA ORGANIZACIÓN

3.1 Problemática

3.2 Indicadores socioeconómicos de la zona de influencia de la Organización (provincia)

Ejemplo, Presencia de compradores, proveedores y otras entidades vinculadas a la industria o al mercado externo.

4. ANÁLISIS INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN

TIERRAS
TECNOLOGÍA
CALIDAD
COSTOS
INGRESOS
FINANCIAMIENTO
EMPLEO
RENDIMIENTOS, ETC.

TEMAS PRINCIPALES QUE DEBE TENER UN PLAN DE NEGOCIOS:

1. Diagrama de flujos de la actual organización y recursos humanos, la directiva y la planta técnica.

2. Análisis del entorno

2.1. El mercado actual: mercado objetivo

2.2. El producto y precios

3. La comercialización

4. Clientes identificados en el marco del Proyecto

DELIMITACIÓN DEL MERCADO (con PNT)

Pasos	Consideraciones
Paso 1 Delimitar el mercado con criterio geográfico.	
Paso 2 Delimitar el mercado objetivo.	
Paso 3 Definición del perfil del cliente en el mercado objetivo .	

Principales Variables del Mercado Objetivo: Oferta y demanda

Precios

Comercialización

•Tabla: Mercado de la Organización (antes del PNT)

Producto (s) /Presentación	Cliente /Mercado	Contrato / Plazo	Destino de las ventas (Lugar, distancia desde la sede de producción)	Cantidad anual (Kg) / Monto anual (S/.) /Precio unitario	Descripción del proceso de comercialización

ANÁLISIS DE COMPETIDORES

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL

Se avalúa las empresas que trabajan en el mismo sector.

y con cuáles se puede realizar alianzas estratégicas, o hay que competir, etc.

COMPETIDORES ACTUALES DE LA ORGANIZACIÓN

Dato	Organización	Competidor A (indicar el nombre)	Competidor B (indicar el nombre)
Lugar de producción (distrito, provincia).			
Producto(s) y presentación (es).			
Oferta anual (Kg., litros, etc.).			
Calidad de producto.			
Mercado(s) de destino y/o principales clientes.			
Estrategia de distribución			
Participación de mercado (%).			
Imagen de la entidad/organización.			
Fortalezas.			
Debilidades.			
Trabajan con contratos (Sí / No).			
Acceso al financiamiento (señale la fuente).			

Regulación y Normatividad

5.2.1 Licencias y Permisos

5.2.2 Normas de la Industria

**Ficha Técnica del
PRODUCTO
según Norma
Técnica**

**Requisitos mínimos
de calidad y aspectos
ambientales**

**CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
DEL BIEN**

-Forma:

-Color:

-Tamaño y peso:

-Sabor:

-Textura:

-Consistencia:

-Características químicas
(nutritivas)

PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

**FODA
(potencialidades)**

**Objetivos generales y
específicos del plan o
el negocio**

Fuente: AGROIDEAS



Visión



Misión (PNTTT)

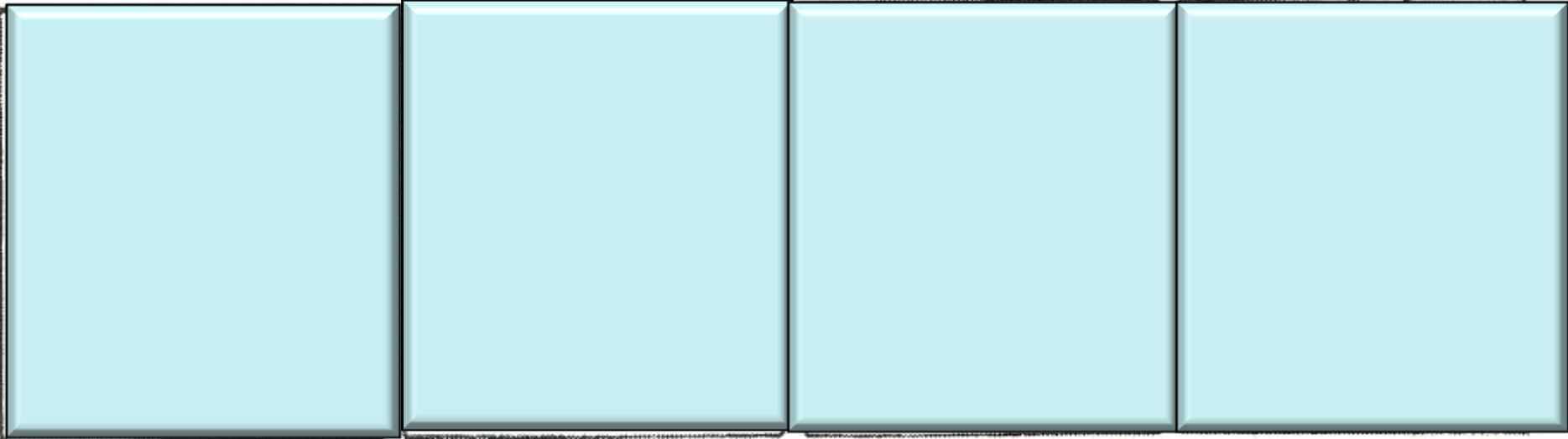


Estrategias (innovación)



**Visión: somos los mejores
productores de quesos de
exportación en la región**

CONSTRUIR PLANES DE NEGOCIOS INTEGRALES CON UNA VISIÓN CLARA Y COMPARTIDA



- Necesidad de contar con la Visión Compartida
- Necesidad de alinear las personas/recursos/sistemas/estructura con la estrategia
- Necesidad de enfocar los esfuerzos hacia el cumplimiento de los Objetivos Organizacionales.

ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA

Nicho de mercado, segmento.

Organizarse asociadamente para negociar las condiciones de comercialización (capacidad para vender).

Organizarse formalmente con el objetivo de constituirse como mayoristas en el Mercado.

Fuente: AGROIDEAS



Mercado europeo o asiático, etc.

Estrategia de penetración al mercado.

Posicionamiento: ¿directa al mercado mayoristas o al consumidor?

Fuente: AGROIDEAS

Segmentación:

CASO DEL CAFÉ EN CHANCHAMAYO: SEGMENTOS DE MERCADOS Y CALIDAD (CON PNT):

Se han identificado oportunidades en el segmento de dos tipos de compradores de altos ingresos : estratos A y B. En supermercados: S/. 60 el Kg.



EL PRODUCTO Y VENTAJAS CON PNT

VENTAJA COMPETITIVA

- Calidad del producto o servicio
- Definición de la Solución Tecnológica
- Productividad, calidad y precios:
comparaciones entre cultivos
- Asocios
- Capacitación y cadenas productivas
- Diversificación y transformación productiva
- Calidad de vida de los trabajadores

CASO DE UVAS EN MOQUEGUA: PRODUCTIVIDAD ,CALIDAD Y TRANSFORMACION:

INICIAL <i>Uva pisquera y viñera</i>	(sin PNT)	AL FINALIZAR EL PROYECTO <i>Uva pisquera y viñera</i>	(con PNT)
--	-----------	---	-----------



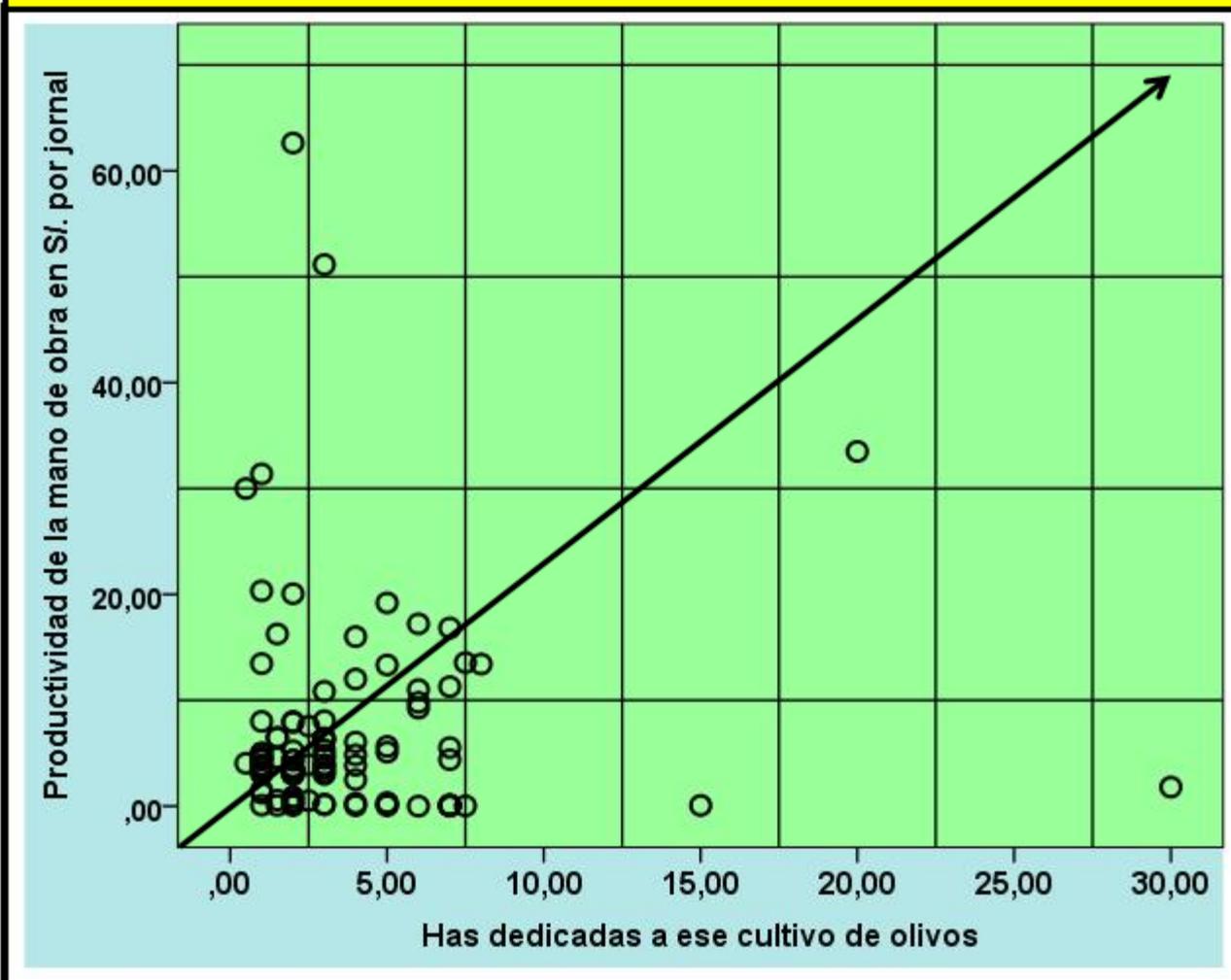
EL CASO DE LA ACEITUNA EN LA YARADA: Asocios y cadenas productivas, incrementan sus ingresos:



Asociados con Plan de Negocios



TACNA (LA YARADA Y SAMA). PRODUCTIVIDAD DE LA MANO DE OBRA EN INGRESOS POR OLIVOS POR JORNAL. 2012.

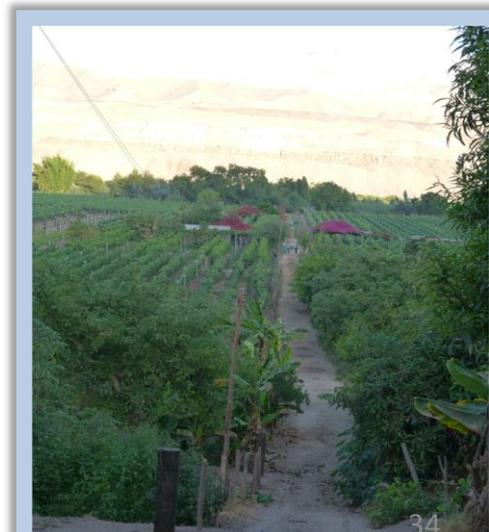


Es la pequeña propiedad (entre 2 y 7 Hás. la que tienen mayor productividad de mano de obra

Influencia del entorno indirecta de la minería

CASO DE UVAS EN MOQUEGUA: CAPACITACIÓN, ASOCIO Y TRANSFORMACIÓN PARA LA PRODUCTIVIDAD E INGRESOS FAMILIARES: 2010

	N	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
1 Prod. de uva pisquera (Con PNT)	49	32646,94 →	52356,409	-12683	217700 →
2 prod. uva de mesa (Sin PNT)	12	12788,50	25700,845	-30100	57592
3 transfor.pisco (Con PNT)	15	48489,60 →	50612,560	5500	207713 →
4 trabajadores	36	10108,61	7111,789	0	20200
Total	112	25396,57	42167,929	-30100	217700



**Ejemplo,
comparar la
quinua con
otros cultivos,
por su
rendimiento,
precios y
rentabilidad,
etc.)**



El técnico experto en quinua en El Pedregal, explicando las bondades de la quinua (150% de ganancia, incluyendo renta de la tierra) (225% Sin R. de la T.).



**Quinoa
Perlada
S/. 18.20 el Kg.**



**Arroz embolsado
S/. 3.00 /750 gms.**

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD O PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el producto o el negocio?

¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?



La presente propuesta tiene por finalidad dar a conocer las características técnicas de la generación de valor agregado en las aceitunas. A continuación vemos las fichas técnicas para cada uno de los productos.

CASO LA YARADA: FICHA TÉCNICA

ACEITUNA PROCESADA NEGRA ENTERA (EXTRA)

DESCRIPCION: Este producto es obtenido mediante una fermentación láctica natural en salmuera, la cual ha sido seleccionada, calibrada y envasada en su salmuera original.			
INGREDIENTES: Aceitunas Negras, agua, sal y Ac. Láctico.			
Análisis Organoléptico:		Valor Energético: por 100 gr de porción comestible	
Apariencia :	Homogénea		
Madurez :	Madura	Carbohidratos:	5.90
Color :	Morado Intenso	Proteínas:	0.90
Textura:	Compacta	Lípidos:	19.50
Olor / Sabor :	Característico a aceituna fresca encurtida, sin sabores ni olores extraños	Fibra:	3.50
		Cenizas:	3.60
		KCAL / 100 gr	202.70 KCAL
Análisis Físicoquímico:			
ACEITUNA / SALMUERA		LIMITES	
pH		3.60 – 4.20	
% Cloruros		-	
Peso Específico		4° - 10° Bé	
% acidez (exp. ácido láctico)		Min 0.4%	
% Desviación Color Estándar		Max 5.0 %	
% Materia extraña Inerte (piedras, arenilla, etc.)		Max 0.1%	
Microbiológicos:			
DESCRIPCION		LIMITES	
Bacterias Coliformes y <i>E. coli</i>		< 10	
Bacterias Coliformes y <i>E.coli</i>		< 3	
Bacterias Coliformes y <i>E. coli</i>		Negativo	
ALMACENAMIENTO: En fibras de vidrio de capacidad de 1 t por cada uno			
PRESENTACION: Bidones de polietileno de 67.5 lts x 50.0 kg de aceituna aproximadamente c/u. Baldes de 18.0 lts x 12 kg, 8.0 lts x 4.5 kg, 4.0 lts x 2.5 kg y presentación en frascos.			
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO: Almacenamiento a Temperatura Ambiente			
TIEMPO DE VIDA: 2 años			
OBSERVACION: Apto para consumo humano			

METAS DEL PNT. EJEMPLO PROYECTO SANTA ANA DE LAHUAYTAMBO –LIMA (Fuente: Centro Global ...)

Objetivo Específico	Indicadores	Nivel actual (base)	Meta año 1	Meta año 2	Meta año 3	Meta al final del PNTTT
-La construcción de un reservorio de 1,218.75 m3 de capacidad de almacenamiento.	Plantaciones de durazno con riego en cantidades y momento oportuno.	0%	100%	100%	100%	100%
- La aplicación de un programa de Asistencia Técnica y Capacitación en membrillo y durazno	Equipo técnico brinda asistencia técnica y capacitación al 100% de los socios.	0%	100%	100%	100%	100%
-La construcción y equipamiento de un centro de acopio	Selección adecuada del producto por categorías, en cajas de 20 kilos.	0%	100%	100%	100%	100%

Fuente: AGROIDEAS

PROPUESTA DE ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA

Ítem	Detalle
Nombre de la solución tecnológica (componente)	
Justificación de la solución tecnológica	
Referencias de su viabilidad o validación	

Descripción de las características del(os) producto(s) nuevo(s) o mejorado(s) con el PNT

Ítem	Descripción	Aspectos mejorados
Nombre genérico del producto		
Características Principales		
Características especiales o particulares (diferenciación)		
Calidades y presentaciones		Por ejemplo, las arvejas de alto Lurín

Fuente: AGRO IDEAS

Factibilidad de la Instalación y funcionamiento de los bienes y servicios en la zona de producción

Características climáticas de la zona ¿Existen elementos de riesgo?

Tipo de suelo.

Características topográficas del terreno:

¿La topografía complica la aplicación de la tecnología (pendientes, terrazas, etc.)?

¿Cuál es la solución que se ha previsto?

Disponibilidad de recurso hídrico ¿Se cuenta con derecho de uso del agua para toda el área destinada al PNT?.

En caso de pozos, deberá señalar el aforo realizado con una antigüedad no mayor a un año, presentando el documento expedido por la Autoridad Local del Agua (ALA). Etc.,Etc,...

VOLÚMENES DE VENTA ESTIMADOS EN EL MERCADO OBJETIVO

Producto	Calidad	Volúmenes estimados de producción anual (Kg., Lt., etc.)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Variable	Nivel de ventas por año					
	Año 0 (*)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

(*) Se refiere al dato del año base.

Fuente: AGRO IDEAS

9. PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

10. PLAN DE CONTROL DE RIESGOS

Identificación de los Principales riesgos en los Procesos de la Organización

Proceso	Etapa o fase	Riesgos	Acciones de prevención o mitigación (clima)

Costos de Operación (producción y/o acopio y/o transformación).

Presupuesto Anual de Inversión y Operación

Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Total (S/.)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Inversión

Operación (producción y/o acopio y/o transformación)

Hacer un listado de las maquinas, equipos, herramientas, insumo que se necesitan para elaborar el producto o brindar el servicio que se ha definido

Maquinaria	Unidad	Equipos herra- mientas	Unidades



Gastos de Comercialización

Concepto	Valor mensual (S/.)	Total anual (S/.)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Totales							

Gastos de Gestión o Administración

ESTRUCTURA FINANCIERA

Usos y Fuentes del Financiamiento

Detalle del Cofinanciamiento

Fuente: AGRO IDEAS



ESTADO DE RESULTADOS ECONÓMICOS DE LO PROYECTADO EN S/. (ESCENARIO CON PNT)

Rubro	Año Base 1/	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(-) Costo de ventas						
(-) Gasto administrativo						
(-) Depreciación						
(-) Otros gastos						
(-) Gasto financiero						
(+) Ingresos extraordinarios						
(-) Egresos extraordinarios						
(-) impuestos						

1/El año base se refiere a la situación actual (inicial) de la Organización. En caso de una Organización de reciente constitución y sin registros, deberá estimarse los indicadores a partir de la información verbal que proporcionen los socios sobre sus procesos productivos a nivel individual, trabajando con los promedios obtenidos a partir de una muestra.

VIABILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO

4.2.1 Inversión

4.2.2 Costos

4.2.3 Flujo de caja

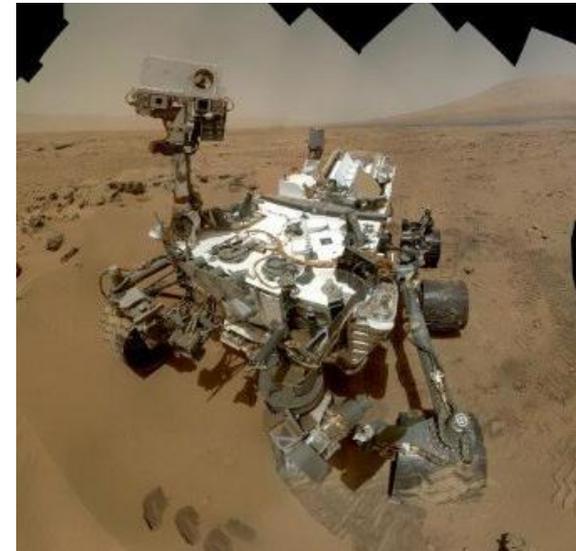
4.2.4 Indicadores Económicos

4.3.1 Análisis de escenarios

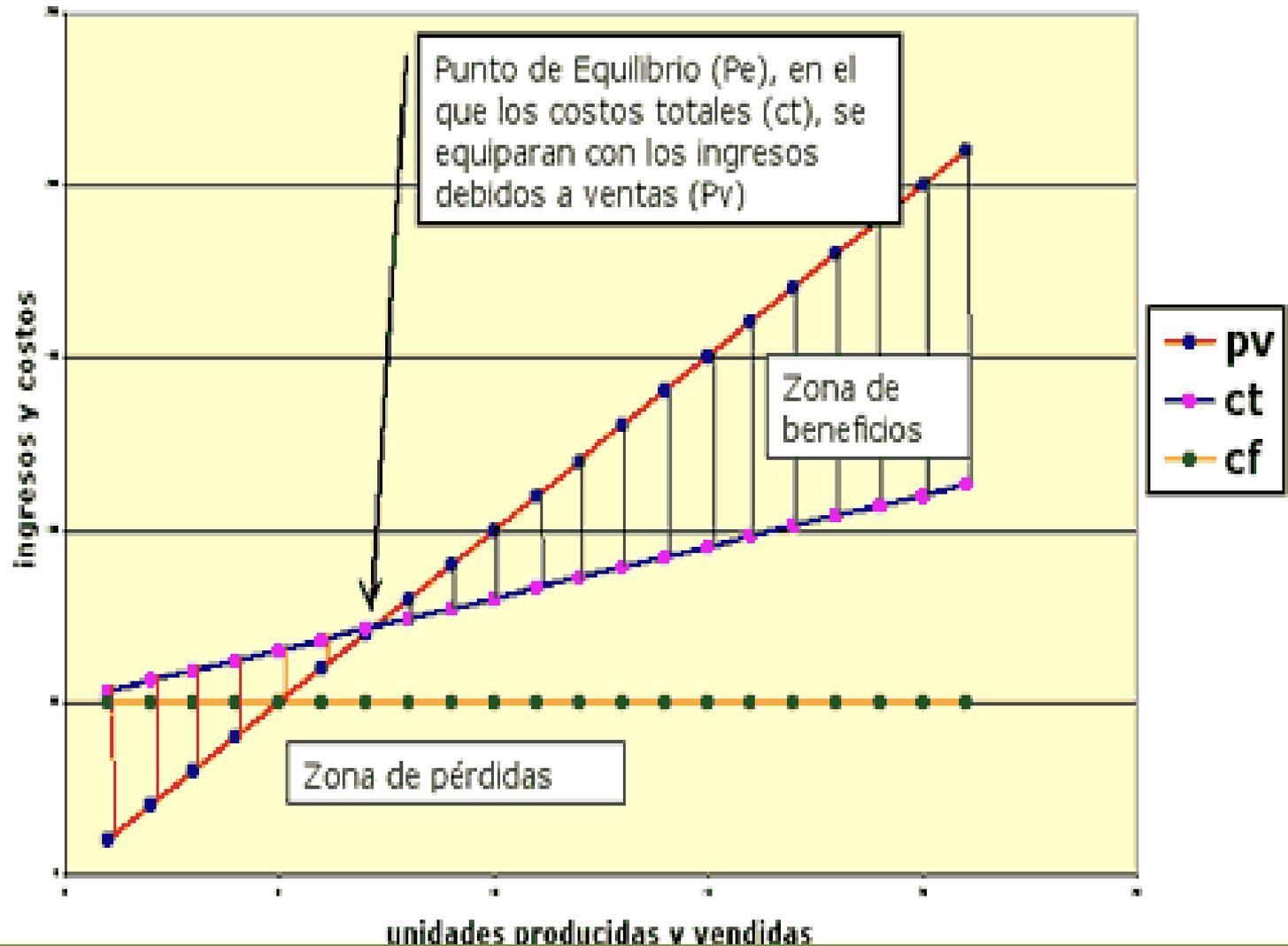
4.3.2 Análisis de sensibilidad en el punto de equilibrio

4.3.3 modelos predictivos de calidad, ingresos y de simulación de Monte Carlo

4.3 Análisis de Riesgo



punto de equilibrio



CASO LURÍN: MODELOS PREDICTIVOS

LOS FACTORES QUE PREDICEN PARA MEJORAR LA CANTIDAD Y CALIDAD DE LA PRODUCCIÓN PARA EL MERCADO: 2012

Variable dependiente;
Mejora la cantidad y calidad de la producción

“... las innovaciones tecnológicas en la calidad del riego o semillas han tenido un impacto profundo en el bienestar de la población de Lurín..”

Variables predictoras	Signifi- cancia
Ha introducido insumos orgánicos	,003
Número de capacitaciones al año	,048
Pertenece a alguna asosia.o cadena productiva	,035
Accede a nuevos mercados	,052
Estadísticos globales	,004

Método: Regresión binaria bimodal

Evaluación
Universidad
de Berkeley



LOS MÉTODOS PARA MEDIR LA VIABILIDAD ECONÓMICA FUERON:

Valor Actual Neto (VAN), el cual indica el retorno monetario de la inversión y uno de los indicadores más utilizados para evaluar la viabilidad económica.

1) Si el valor del VAN es > 0 es viable, de lo contrario rechazado.

2) Valor Anual Equivalente (VAE), este método convierte todo el valor actual neto del proyecto en una serie de pagos iguales y pasados entre fechas 1 a la n, si el valor es > 0 es viable, de lo contrario rechazado.

3) Tasa Interna de Retorno (TIR), llamada también tasa efectiva de rentabilidad. Si la TIR es $> i$ (tasa de interés el mercado) es viable, de lo contrario se rechaza.

4) *Tiempo de Retorno del Capital (PAYBACK)*, tiempo en el cual se recupera el capital, el Pay Back (descontado) utiliza el flujo de caja descontado a una determinada tasa de interés y

5) *Relación Beneficio – Costo (B/C)*, este verifica el valor del VAN en relación a la cantidad invertida,

es decir “se identifica el Valor Actual Neto por unidad de inversión”; cuando el B/C es $>$ a 1 es viable, de lo contrario se rechaza, si es igual a 1 indica que los ingresos son iguales a los egresos .

Tabla 2 - Indicadores para cada escenario propuesto

	Pesimista	Probable	Optimista
VAN	S/. (6.753,12)	S/. 2.916,38	S/. 13.186,20
TIR	11%	24%	39%
VAE	S/. (2.055,41)	S/. 866,33	S/. 3.821,86
PBD	6,01	5,88	5,30
B/C	S/. 0,03	S/. 1,48	S/. 2,98
DECISION	<i>RECHAZAR</i>	<i>ACEPTAR</i>	<i>ACEPTAR</i>

RENTABILIDAD

EL CASO DEL PROYECTO “INSTALACIÓN DE UN SISTEMA DE RIEGO TECNIFICADO POR GOTEO DE POZOS EN BARRANCA Y REGIÓN LIMA”,

Conclusión de informe de evaluación.

Es socialmente rentable debido a los siguientes indicadores económicos:

**VAN S/. 795,626.00,
TIR 28.16% y B/C 1.98.**

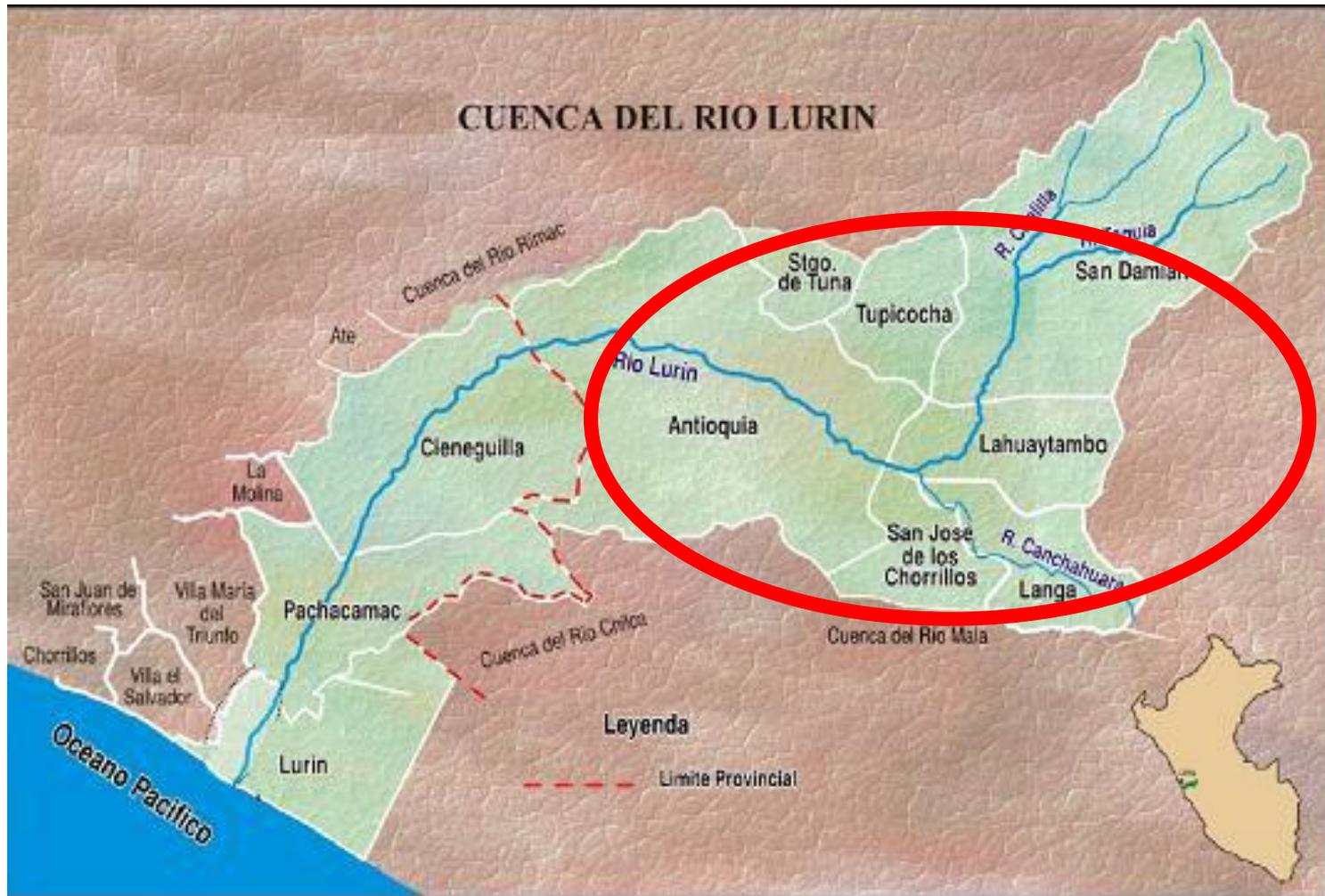
RESULTADOS ESPERADOS DE LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA

Tipo	Indicador	Valor en el Año Base (sin PNT-tabla 4)	Valor al año 5 (con PNT)
De producción			
De productividad			
De Calidad			
De costos			
De Ingresos			
De generación de recursos			
Financiamiento			
Empleo			Fuente: AGROIDEAS
Capacidad de reinversión (ahorros)			

CASOS DE ESTRATEGIAS PARA ADAPTARSE AL CAMBIO CLIMÁTICO Y SER EXITOSOS EN EL MERCADO

IDEAS Y CASOS

CASO LURIN: UBICACIÓN DEL PROYECTO Y EL PLAN DE NEGOCIOS



PROGRAMA DE DESARROLLO ECONOMICO CON PROYECTOS INTEGRALES TERRITORIALMENTE SOSTENIBLES EN LA CUENCA LURÍN

PLAN DE NEGOCIOS TERRITORIALES CON PRODUCTOS DE LA MEJORAR CALIDAD:

- Lurín
- Pachacamac
- Cieneguilla
- Antioquia
- Stgo. de Tuna
- Tupicocha
- Lahujaytambo
- Chormillos
- Langa
- San Damian



Inversión: 79 millones de soles

Fuente:CGDD

CUADRO COMPARATIVO ENTRE LA SUPERFICIE DE TIERRAS CON USO AGRÍCOLA Y LA SUPERFICIE SIN USO AGRÍCOLA: POTENCIALIDAD PARA NUEVOS PROYECTOS DE RIEGO

DISTRITOS	Superficie con uso agrícola (Hás)	Superficie sin uso agrícola (Hás)
1.Antioquía	688.73	38,098.07
2.Lahuaytambo	93.54	6,666.21
3.Langa	394.56	7,606.27
4.Tuna	304.33	4,411.94
5.Tupicocha	1,997.30	7,321.73
6.San Damián	734.33	19,487.95
TOTALES	4,212.69	83,592.14 Fuente MINAG 1993

Elaborado por Ricardo Claverías, con la base de datos de MINAG 1993 y 2010





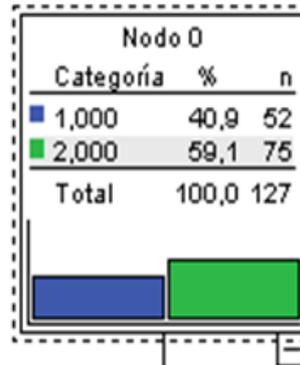
TOTAL 6 REPRESAS
NUEVA AREA IRRIGADA
- POR GRAVEDAD: 161 Has
- CON RIEGO TECNIFICADO: 322 Has
- **FAMILIAS BENEFICIADAS: 420**
- **AGUA COSECHADA: 803,000m³**



ha dado empleo en su predio

1= Sí
2=No

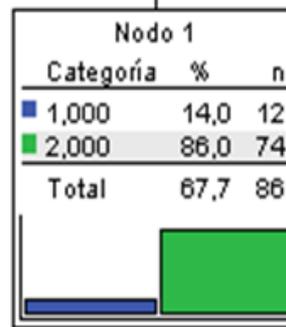
1= Sí
2=No



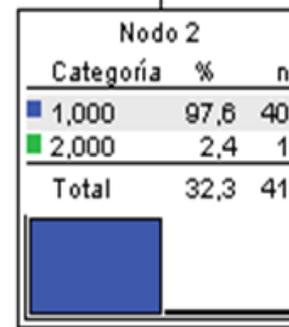
Ud. Ha introducido innovaciones
tecnológicas...
Valor P corregido=0,000, Chi-
cuadrado=80,262, df=1

No 2,0 Sí 1,0

1= Sí ha dado empleo
2=No ha dado empleo

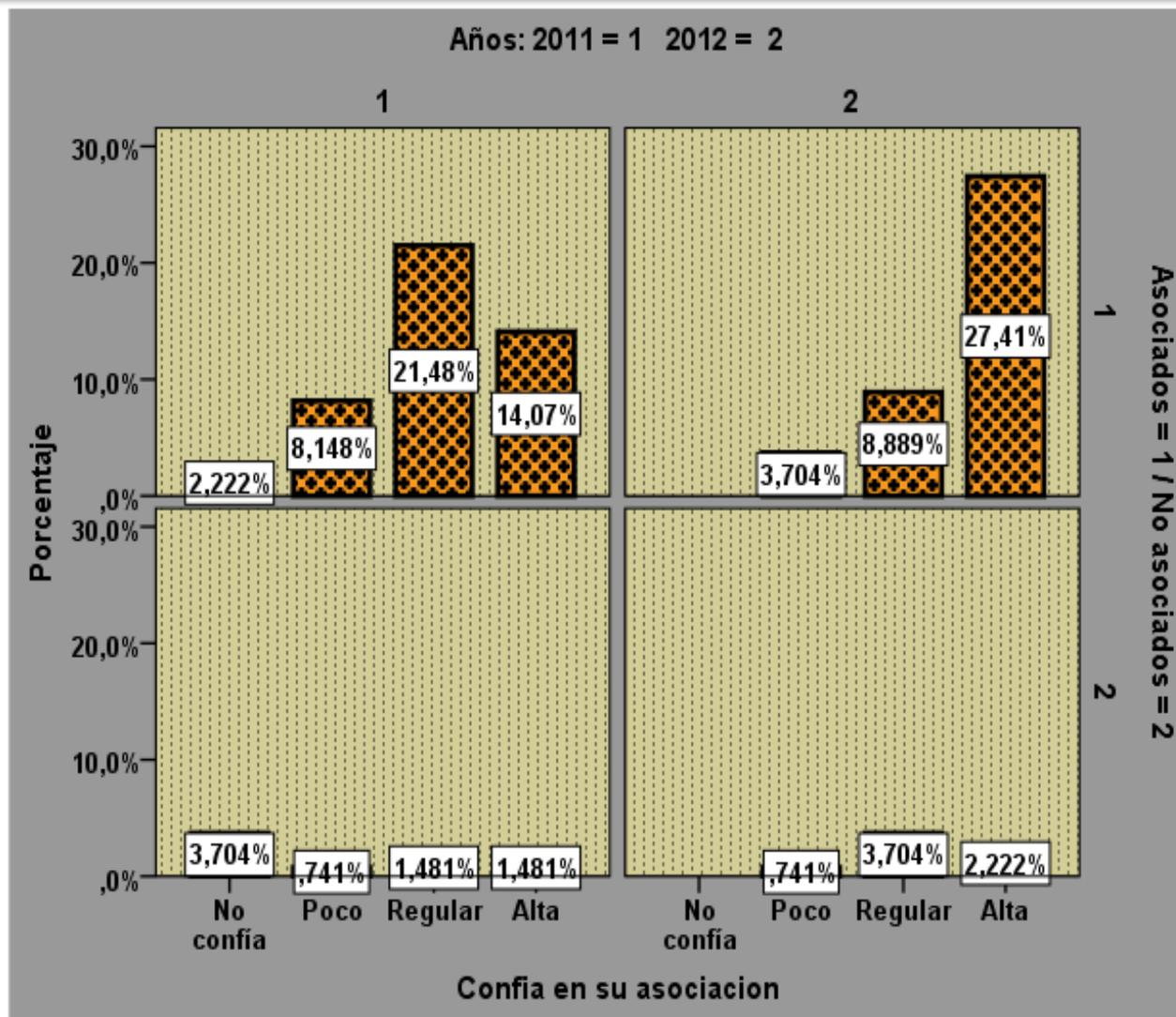


1= Sí ha dado empleo
2=No ha dado empleo



Método: Tree

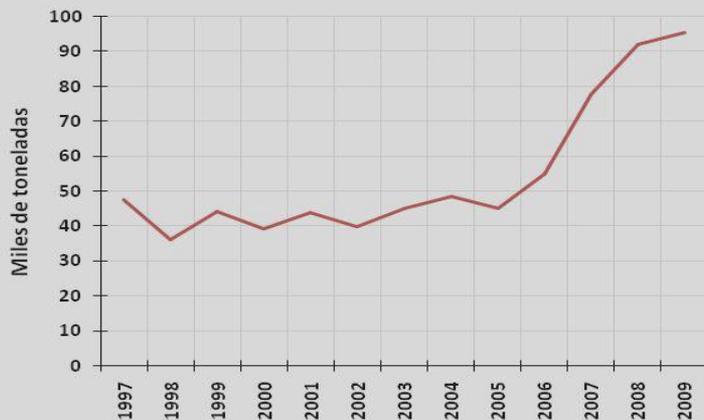
CUENCA MEDIA, MEDIA ALTA Y ALTA DE LURÍN. CONFIANZA EN LA ASOCIACIÓN. 2011-2012



***CADENA DE VALOR DE LA
MANZANA Y MEMBRILLO
- CUENCA DE LURÍN -***

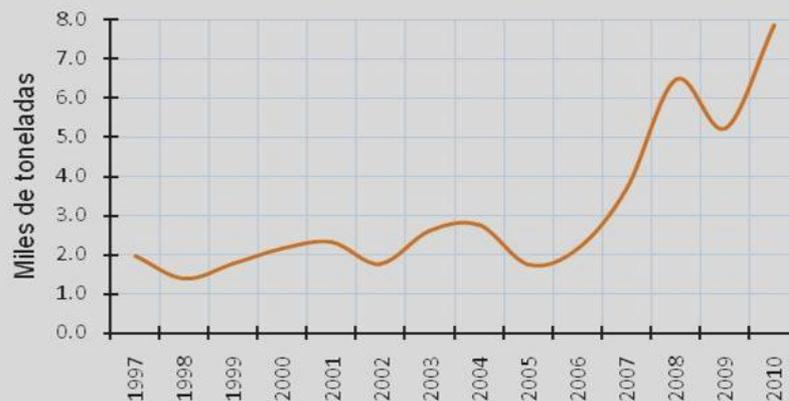
Incremento del consumo en Lima

Lima Metropolitana. Ingreso de Manzana fresca al mercado Mayorista Nro 2. (1997-2009)



Fuente: MINAG-SISAP

Lima Metropolitana. Ingreso de Membrillo fresco al Mercado Mayorista Nro 2. (1997-2010)

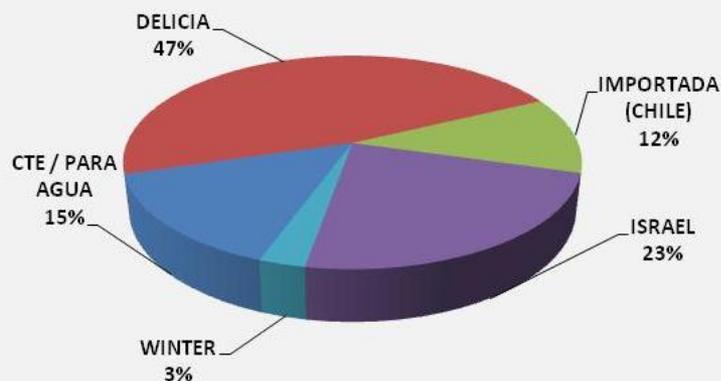


Fuente: MINAG-SISAP

Año	Población Lima metropolitana	Consumo per-cápita Manzana	Consumo per-cápita Membrillo
2000	6.7 millones	5.8 kg	0.3 kg
2009	8.0 millones	11.9 kg	0.7 kg

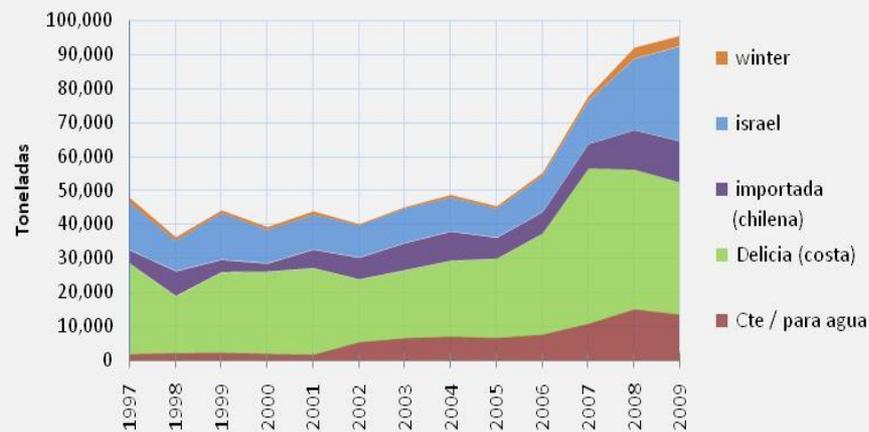
MM de FRUTAS. VARIEDADES DE MANZANA E IMPORTANCIA DE VRD. CORRIENTE

Lima. Consumo de Manzana fresca . Participación promedio por variedades (2007-2009)



Fuente: MINAG-SISAP

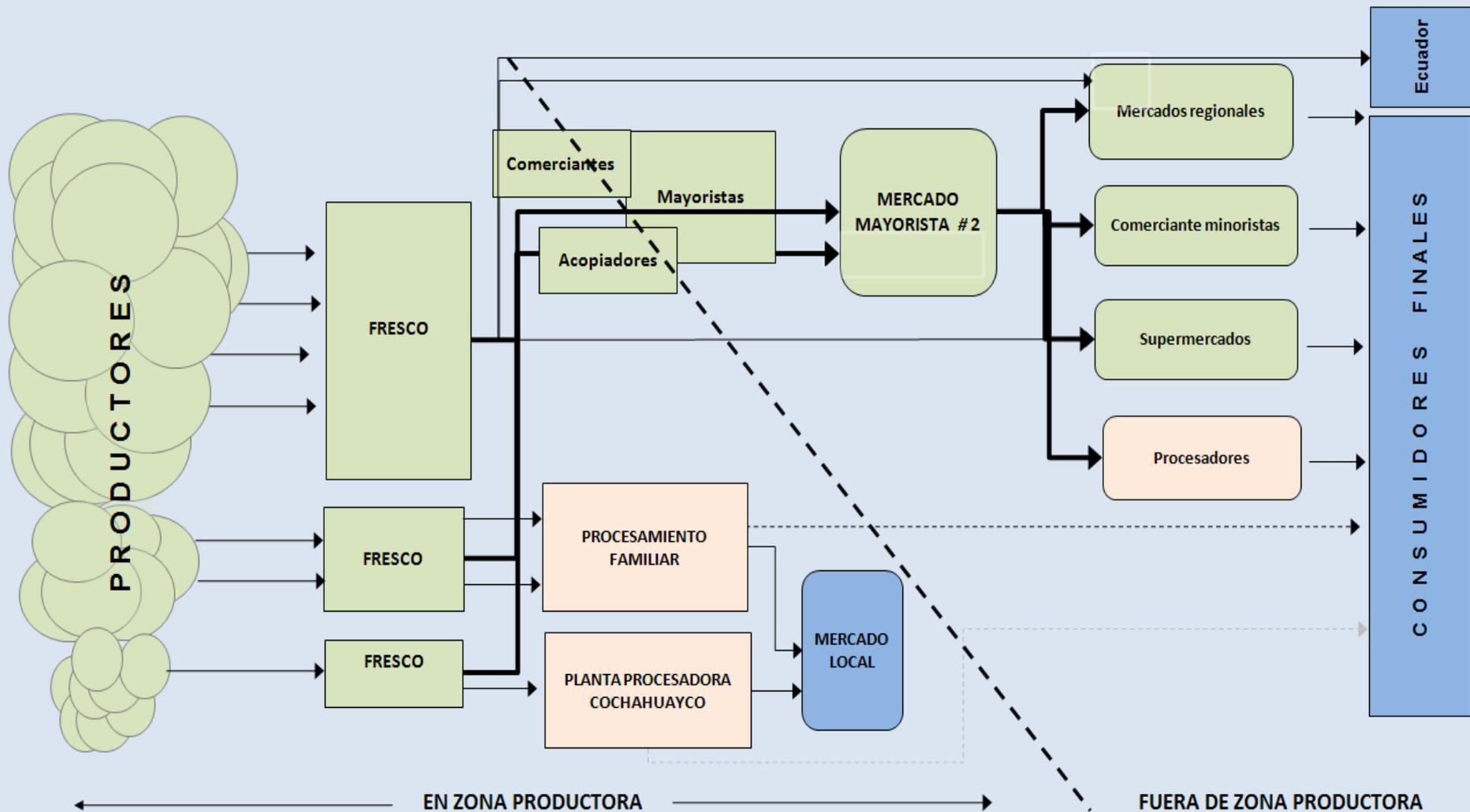
Cantidad de Manzana ingresada al MM Nro 2 1997-2009 Según variedades



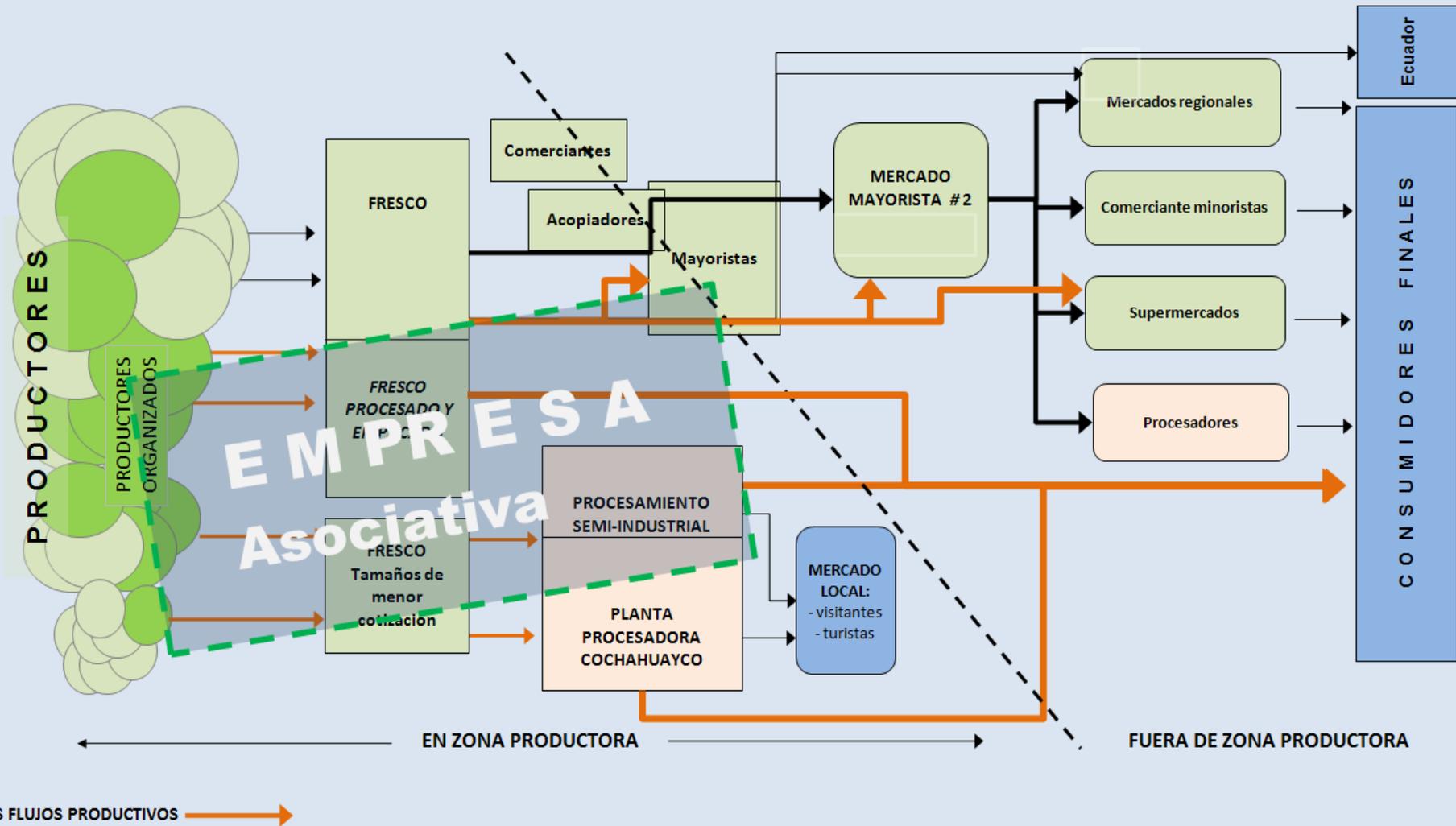
Fuente: MINAG-SISAP

Período	Tasas de crecimiento					
	Cte. / para agua	Delicia (costa)	importada (chilena)	Israel	Winter	Total
1997-2009	21.0	5.7	9.0	4.6	6.3	7.0
1997-2005	21.4	-0.5	8.6	-3.7	-9.4	1.2
2005-2009	23.3	14.5	22.1	35.8	52.0	22.2

ESTRUCTURA DE LA CADENA PRODUCTIVA DE MANZANA Y MEMBRILLO

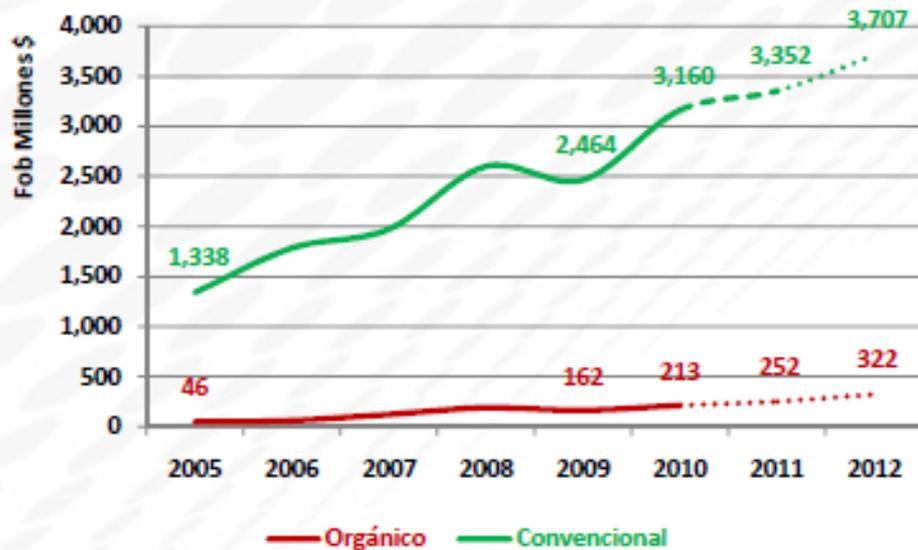


Visión futura de la cadena de frutas de la cuenca



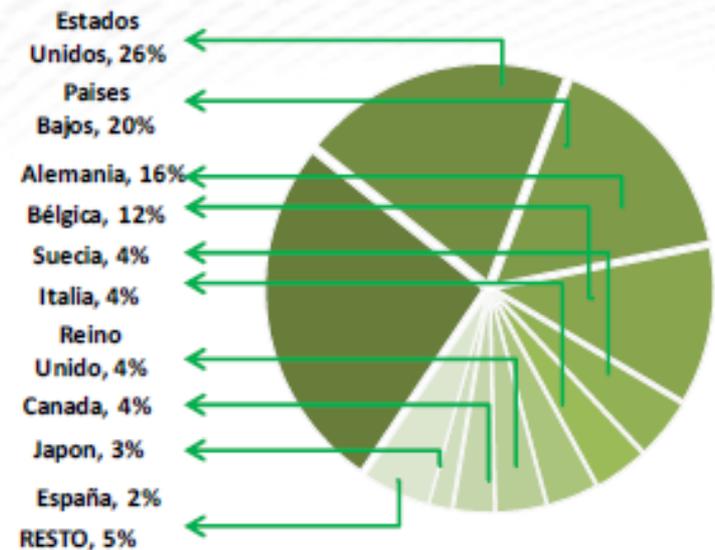
OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS

PERU:EVOLUCIÓN DE LAS AGROEXPORTACIONES



Fuente: SUNAT / Elaboración : Departamento de Agro y Agroindustrias Promperu
Proyección : 2011* , 2012 *

Principales mercados de productos orgánicos 2010



LOS SUPERMERCADOS DE LIMA

Actualmente compra semanalmente 800 toneladas

TOTTUS INCREMENTARÁ COMPRAS DE FRUTAS Y VERDURAS EN 20%



CASOS DE TURISMO

Reconstrucción y pintado del pueblo de "Sogay: campaña y tradición para el desarrollo, basado en el arte, la cultura y la gastronomía arequipeña.



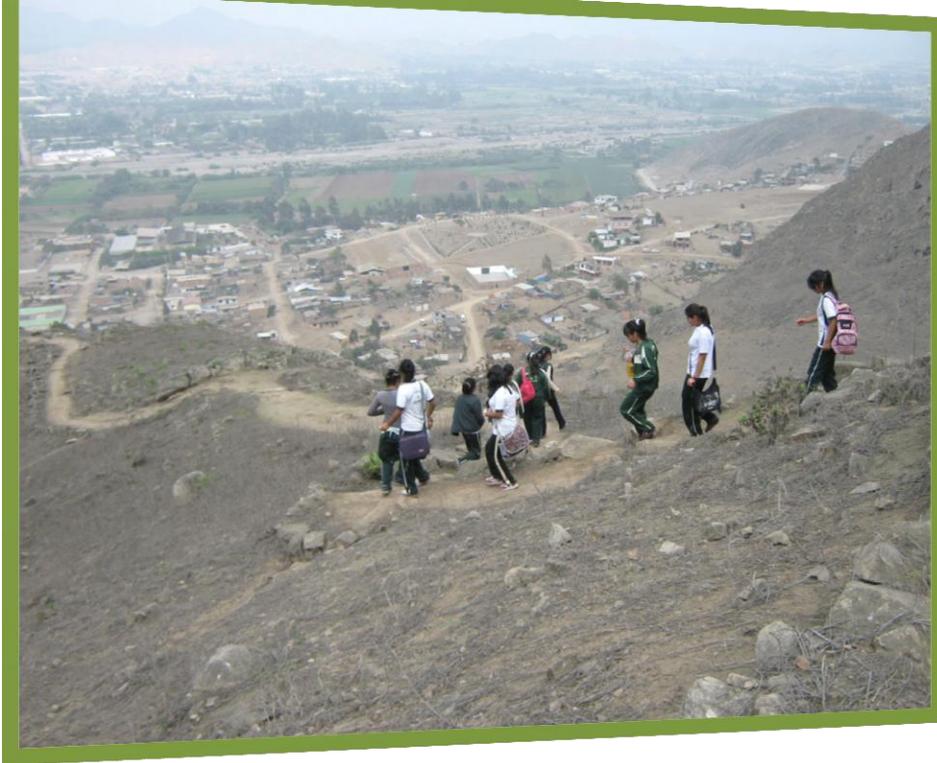


Antioquía

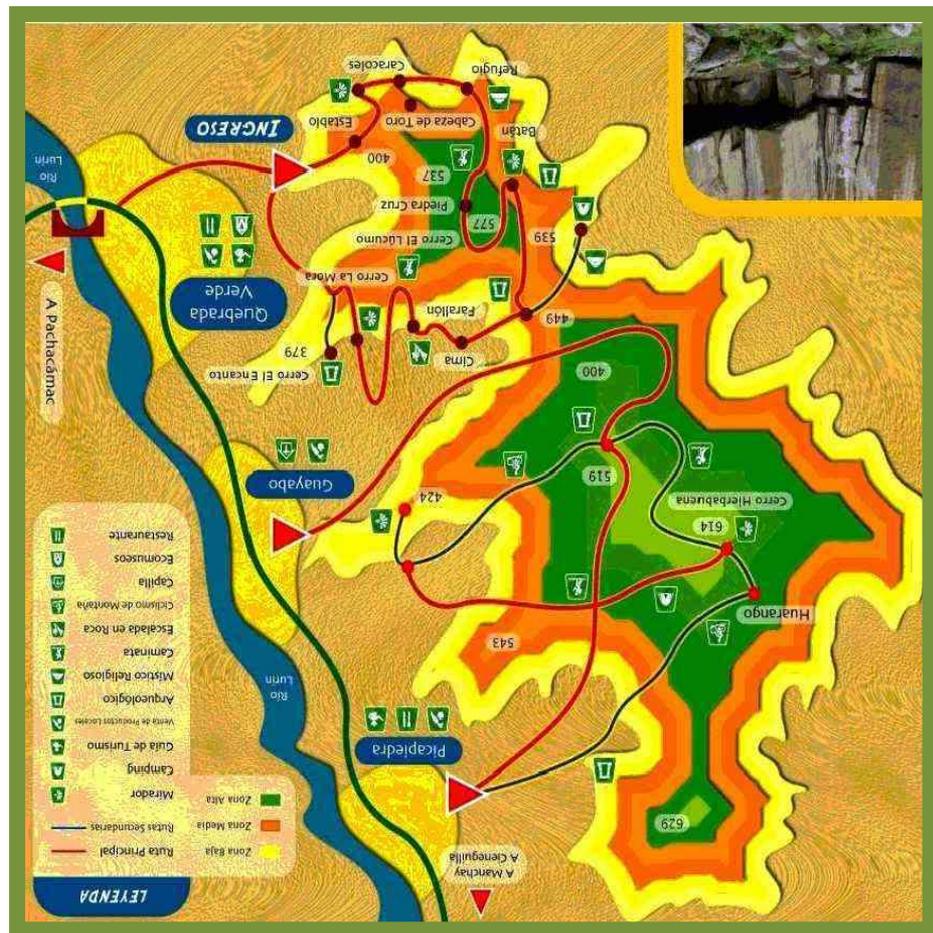


TURISMO EN LAS LOMAS DE PACHAC AMAC





Croquis de la zona de las Lomas del Lúcumo, Lomas de Pachacamac “Quebrada Verde”.



TURISMO

“Lomas de quebrada verde”
Pachacamac





Camaná en el 1930

