

COPROBA

Comisión de Productos Bandera

El Perú es un país único por su mega diversidad animal, vegetal y cultural. Para aprovechar ese potencial se ha creado la Comisión de Productos Bandera (Coproba), que tiene como objetivo reivindicar los productos originarios del Perú, tales como el pisco, la papa, el maíz, el maní, el tomate, entre otros; para de esta forma dejar de ser, como lo sostuvo Antonio Raymondi en el siglo XIX, un mendigo sentado en un banco de oro.

A través del Decreto Supremo N° 015-2004-MINCETUR del 28 de julio del 2004, se creó Coproba, la cual está conformada por un representante de cada una de las siguientes instituciones: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que la preside, Cancillería, Gobiernos Regionales, MINAG, PROMPERÚ, INDECOPI, PROMPYME, ADEX, COMEX PERÚ, AGAP, SNI, CCL, y PROMPEX en calidad de Secretaría Técnica.

El objetivo de la Comisión es presentar una estrategia de protección y promoción de los Productos Bandera, los cuales tienen características diferenciadas que transmiten la imagen del Perú y le otorgan ventajas comparativas.

A continuación la Comisión presenta la definición, misión, visión, objetivos generales y específicos, análisis FODA, criterios de inclusión y factores de ponderación, así como las calificaciones de los posibles Productos Bandera con su respectiva ficha técnica, y por último, la selección respectiva.

Posteriormente, la Comisión define las funciones de los CEPROBA's (Comisión Especial Producto Bandera) para ser sus representantes, así como la designación de cada gremio responsable.

A. Definición Productos Bandera¹:

Son aquellos productos que resaltan la imagen del Perú, únicos en su origen o desarrollo, con características diferenciales que reportan ventajas comparativas y que tienen un mercado potencial.

B. Misión:

Elegir, proteger, promover dichos productos, los cuales serán de reconocida calidad y preferidos por los mercados externos, contribuyendo a su desarrollo, y afianzando su identidad.

C. Objetivos Generales:

- Elegir y promover dichas partidas.
- Protegerlos.
- Incrementar, diversificar y fomentar las

exportaciones no tradicionales.

D. Objetivos Específicos:

- Generar una imagen de país exportador de mercancía exclusiva y de gran calidad.
- Desarrollar nuevos mercados nicho.
- Desarrollar ventajas comparativas y transformarlas en competitivas.

E. Análisis FODA:

- Fortalezas:
 - Único.
 - Gran variedad.
 - Tiempo que tardan otros países en imitarlo (monopolio temporal).
 - Posibilidad de descremar el mercado.
- Oportunidades:
 - En mercados potenciales.



- Ser los primeros.
- Mercado internacional ávido de productos nuevos.
- Tendencia y consumo de productos naturales y/o exitosos.

• Debilidades:

- Poco conocido
- Mercado no definido.
- No se cuenta con una oferta desarrollada.
- No existen estándares de calidad.
- Pocos recursos.
- Poca capacidad de respuesta.
- Falta de experiencia.

• Amenaza:

- Que otro país los reivindique como propios.
- Que bajen sus precios cuando sean ofertados por otros países.

¹ Según el diccionario de la Real Academia Española un Producto Bandera se define como aquel que es excelente en su línea.



Foto: PROMPEX



Foto: VINA TACAMA



Foto: ALPACA.IT



Foto: BRUJAS DE CACHICHE

F. Criterios de Inclusión y Factor de Ponderación de un Producto Bandera:

1. En relación al Origen:

1.1 Origen peruano

- Son oriundos o desarrollados en el Perú.

1.2 Posibilidad de generar protección legal

- Los Productos Bandera deben protegerse bajo la legislación nacional e internacional, a través de las normas de propiedad intelectual.
- Se pretende identificarlos con el Perú, por lo cual es importante que otros países no lo produzcan o comercialicen, por lo menos de manera significativa.

2. En relación a Producción y Gestión

2.1 Calidad susceptible a ser normada, estandarizada o certificada

- Se debe generar normas técnicas o reglamentos, que permitan un control de calidad para lograr un nivel estándar de excelencia.
- La calidad es el principal requisito para los Productos Bandera, ya que a través de ellos se transmitirá la imagen del Perú.

2.2 Generación de empleo

- Deberá tender a un alto grado de participación de mano de obra (calificada o no calificada) en su cadena productiva.

2.3 Efecto Multiplicador

- Su elaboración involucra y/o incorpora otras actividades o productos, lo cual generará que sectores conexos se desarrollen y también se vean beneficiados.
- Se espera que aumente la de-

manda de insumos complementarios, relacionados a la elaboración y comercialización de la partida.

3. Potencial de Exportación:

3.1 Mercado potencial (demanda)

- En el mercado externo debe haber demanda de un producto similar al Producto Bandera a promocionar, con el objetivo que los esfuerzos de marketing puedan mostrarlo como una mejor alternativa.

3.2 Capacidad de respuesta (oferta)

- Las condiciones geográficas, climáticas, productivas, de infraestructura y legales en el Perú deben permitir cumplir con la demanda externa.
- Debe existir capacidad gerencial e inversión privada suficientes en los sectores relacionados al Producto Bandera.
- Debe haber un nivel de asociación entre los productores nacionales, con el fin de asegurar el cumplimiento de los compromisos con los clientes en el exterior, de manera que haya demanda de dichos productos.

G. Selección de Productos Bandera:

La Comisión decidió que cada miembro debería proponer una lista inicial de cinco (05) partidas, de donde se obtendrían los primeros seleccionados.

Selección de Productos Peruanos

- Camélidos: Alpaca y Vicuña
- Pisco
- Lúcumá
- Gastronomía
- Algodón Pyma y Tangüis
- Maca
- Joyería y Orfebrería
- Alcachofa
- Camu Camu
- Cerámica de Chulucanas
- Granos Andinos (Quinua, Kiwicha y Cañihua)
- Papa
- Tara
- Café Especial
- Chirimoya
- Espárrago
- Maíz Morado
- Páprika, y,
- Pimiento Piquillo.

H. Ponderación de los Productos Bandera:

Los valores de ponderación por cada producto fluctúan entre un rango de cero

Los Factores de Ponderación Determinados por la Comisión son:

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	FACTOR DE PONDERACIÓN
1. En relación al Origen:	24 %
1.1. Origen peruano	11 %
1.2. Posibilidad de generar algún tipo de protección legal	7%
1.3. No es producido ni comercializado intensivamente por otros países	6%
2. En relación a Producción y Gestión:	34%
2.1. Calidad susceptible a ser normada, estandarizada o certificada	9%
2.2. Generación de empleo	13%
2.3. Efecto multiplicador	12%
3. Potencial de Exportación:	42%
3.1. Mercado potencial (demanda)	21%
3.2. Capacidad de respuesta (oferta)	21%

Nota: En el Anexo N° 1 se presentan las ponderaciones por los miembros de COPROBA.

(0) a diez (10), y, al obtenerse el peso promedio de los criterios de inclusión de cada producto, este se multiplica por el factor de ponderación, dando por resultado los siguientes valores:

PRODUCTO	VALOR PONDERADO
· Camélidos Peruanos (Alpaca y Vicuña)	8.79
· Gastronomía Peruana	8.74
· Pisco	8.45
· Maca	8.25
· Algodón Peruano (Pima y Tanguis)	8.11
· Lúcumá	7.87
· Cerámica de Chulucanas	7.80
· Espárrago	7.71
· Granos Andinos (Quinua, Kiwicha y Cañihua)	7.64
· Camu Camu	7.46
· Tara	7.43
· Maíz Morado	7.41
· Joyería y Orfebrería	7.38
· Café Especial	7.08
· Pimiento Piquillo	6.98
· Páprika	6.81
· Chirimoya	6.76
· Alcachofa	6.58
· Papa	6.46

Nota: En el Anexo N° 4 se presentan las ponderaciones de los productos seleccionados por los miembros de COPROBA.

I. Selección de los Productos Bandera:

Sobre la base de la calificación y puntaje obtenido, la Comisión estableció los primeros siete (07) productos que califican como Producto Bandera:

- Camélidos: Alpaca y Vicuña
- Gastronomía
- Pisco
- Maca
- Algodón Pima y Tanguis
- Lúcumá
- Cerámica de Chulucanas

Esta primera lista será ampliada en un futuro con la incorporación de nuevas partidas, en la medida que los esfuerzos realizados por la Comisión Especial y la Comisión Productos Bandera consideren que el marketing en el exterior haya logrado una dinámica propia que permita dedicar esfuerzos hacia nuevos artículos.

J. Funciones de la Comisión Especial Producto Bandera (CEPROBA):

- Coordinar con el sector público con la finalidad de mantener una política homogénea en el país.

- Definir el perfil y los requisitos.
- Presentar a COPROBA para su respectiva aprobación, un Plan Estratégico y Operativo, y encargarse de su implementación.
- Buscar y administrar los recursos necesarios para su operatividad en coordinación con COPROBA.
- Nombrar un responsable de la implementación del Plan de Promoción en coordinación con la COPROBA.
- Establecer, implementar y promover las políticas de normalización y estandarización de calidad.
- Promoverá la actividad de las cadenas productivas para generar oferta exportable.

K. Designación de la Presidencia de cada uno de los CEPROBA's:

La Presidencia de cada CEPROBA se designará, de acuerdo a los criterios de la COPROBA, a un gremio, instituto o comisión, principalmente del sector privado. El presidente deberá tener la mayor representatividad, ya que tiene que encarnar a toda la cadena productiva vinculada con el Producto Bandera seleccionado.

Las Instituciones seleccionadas por la Comisión para los Productos Bandera son:

- Instituto Peruano de la Alpaca y Camélidos (IPAC) para:
 - Camélidos: Alpaca y Vicuña
- Cámara Nacional de Turismo (CANATUR) para:
 - Gastronomía



- Comisión Nacional del Pisco (CONAPISCO) para:
 - Pisco
- Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN) para:
 - Maca
- Instituto Peruano del Algodón (IPPN) para:
 - Algodón Pima y Tanguis
- Asociación de Productores de Lúcumá del Perú (PRO LUCUMA) para:
 - Lúcumá
- Comisión de Artesanía de ADEX para:
 - Cerámica de Chulucanas

La designación de cada uno de los Productos Bandera, así como la elección de los presidentes de los CEPROBAS, deberán estar de acuerdo con la normatividad legal vigente.



Foto: ALPACA 111