

IV. HUANUCO

4.1 PRESENTACIÓN

El trabajo “Propuesta de cultivos, crianza, plantaciones forestales y producción acuícola a ser promovidos por el programa Aliados”, se inserta dentro del trabajo de consultoría “Potencialidad de la Producción de Nuevos Cultivos Transitorios, Permanentes y Forestales”, encargado.

En ese marco, el documento ha sido estructurado de la siguiente manera: marco conceptual para el desarrollo económico agrario, estado inicial de los negocios agrarios en cada región, cuellos de botella de los principales productos por subsector, factores de la competitividad necesarios, propuesta y fortalecimiento de productos en marcha, nuevas iniciativas y recomendaciones. Adicionalmente se inserta un capítulo de potencialidades de las provincias que son parte de las recomendaciones de un estudio que hizo el PNUD en el Perú.

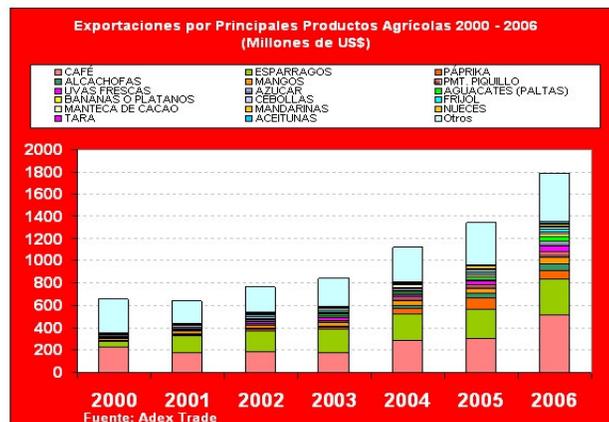
Por todo lo analizado, se puede llegar a la conclusión que gran parte de los productos de la sierra del Perú tienen posibilidades de insertarse en el mercado, siendo su problema actual, la baja competitividad (precio, calidad e innovación). La quinua, la alpaca, las papas nativas, la carne de ovino, la trucha y la tara son solo parte de los productos que pueden desarrollarse muy bien.

La agricultura, la ganadería y el sub sector forestal tienen amplias posibilidades en el país. Para lograrlo, se necesita un productor, una cadena productiva y un Estado competitivo. Lograr ello, debe ser parte de un acuerdo conjunto que de pie a la Agenda Interna que bastante se ha proclamado.

Hoy el Perú es un país con posibilidades de inversión. Este es uno de los factores que deben ponerse al servicio del despegue del sector agrario

4.2 MARCO CONCEPTUAL PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO AGRARIO

Las exportaciones agropecuarias han mostrado un crecimiento progresivo en los últimos 5 años, pasando de US\$ 643 millones en el año 2000 a US\$ 1 786 millones en el 2006, lo cual supuso una tasa de crecimiento promedio anual del 18,6%. Este relevante incremento se logró gracias al desarrollo de una oferta bastante diversificada de la agricultura peruana. Es así que a diferencia de años anteriores en que muy pocos eran los productos que superaban los US\$ 10 millones en exportaciones, al 2006, hay más de 20 productos cuya exportación esta por encima de dicho monto.



Entre los principales productos agrícolas que encabezan la lista se encuentran el café (US\$ 517 millones) y el espárrago (US\$318 millones; incluye fresco, en conserva y congelado), seguidos por la p  prika (US\$ 73 millones), alcachofa (US\$ 66 MM), mango (US\$ 59 MM), pimiento piquillo (US\$ 50 MM), uva (US\$ 48 MM), azúcar (US\$ 43 MM), palta (US\$ 38 millones), platanos (US\$ 27 MM), cebollas (US\$ 16 MM), frijol (US\$ 27 MM), cacao (US\$ 15 MM), mandarinas (US\$ 15 MM), nueces (US\$ 12 MM), tara (US\$ 12 MM) y aceitunas (US\$ 11 MM). Dado el impulso actual agroexportador, es indudable que en los próximos años la lista seguir   aumentando sustancialmente.

En el 2006, las exportaciones agropecuarias representaron el 7,5% de las exportaciones peruanas (US\$ 23 750 millones).

Estacionalidad

La diversidad climática y edafológica del Perú, que no llega a temperaturas extremas en sus diferentes estaciones como se da en otros países, es óptima para la actividad agrícola; lo cual permite tener una oferta muy variada de productos y, en un buen número de casos, también una oferta en cantidades uniformes a lo largo del año, al poder complementarse la producción de diferentes zonas del territorio del país.

PERU: VENTANAS COMERCIALES DE PRINCIPALES CULTIVOS												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
ESPÁRRAGO												
CAFÉ												
MANGO												
UVAS												
PALTA												
CEBOLLA												
BANANA												
ACEITUNA												
TOMATE												
MANDARINAS												
TANGELO												
P��PRIKA												
ALCACHOFA												
PIMIENTO												
PIQUILLO												

Fuente: PROMPEX

La Actividad Agroexportadora Peruana

Tendencia de los Mercados Hortofrutícolas

Las exportaciones hortofrutícolas peruanas constituyen la gran parte de las exportaciones no tradicionales del sector agropecuario, que son las que vienen determinando el fuerte crecimiento de las agroexportaciones. El futuro de estos productos es muy prometedor dada la tendencia mundial del consumo de alimentos, de los cuales, por sus características naturales y beneficiosas para la salud, los vegetales, y sobretodo los frescos y orgánicos, son preferidos a otro tipo de productos alimenticios.

En el caso peruano, el valor exportado de nuestras exportaciones hortofrutícolas, que en el 2006 alcanzó los US\$ 1,211 millones, creció significativamente entre el 2000 y el 2006, a un promedio anual del 20,6%. El principal producto hortofrutícola de exportación es el espárrago fresco y conservados (15,4% y 8,6% del valor exportado respectivamente), seguido entre otros, por p  prika (6,0%), alcachofa (5,5%), mango (4,9%), pimiento piquillo en conserva (4,1%), uva fresca (4,0%), aguacates (3,1%), bananos (2,2%), espárragos congelados (2,2%), frijol (1,3%) y cebollas (1,3%).



Posición del Perú Frente a la Competencia

Condiciones Climáticas

El clima peruano y la ubicación geográfica respecto a los principales mercados del mundo son dos aspectos clave que le dan competitividad a la agricultura peruana en el contexto internacional. De 108 tipos de clima que existen en el mundo, en todo el territorio del Perú se encuentran hasta 84 tipos, lo que permite la gran diversidad de cultivos, crianzas y especies forestales que ofrece el agro. Además, la costa, que es



la región de donde actualmente sale la gran parte de las agroexportaciones, resulta ser un 'invernadero natural' debido a los efectos que sobre el clima costero ejercen la corriente fría de Humboldt y la Cordillera de los Andes.

Ubicación Geográfica

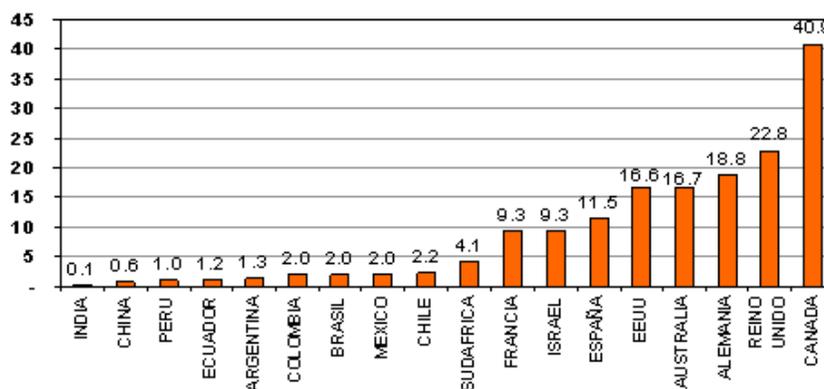
La ubicación de Perú en el hemisferio sur del globo, también es favorable, pues es determinante para exportar productos agrícolas a los grandes mercados de consumo del hemisferio norte, que son Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, aprovechando el contraste de estaciones entre ambos hemisferios. Asimismo, la ubicación geográfica en la parte central de Sudamérica y con salida al Océano Pacífico, concede una 'localización estratégica' para la salida o ingreso de mercancías de otros países, haciendo de Perú el "HUB" natural de Sudamérica hacia los países que conforman la cuenca del Pacífico.



Mano de Obra

Otro aspecto importante a remarcar, de la competitividad del país, es el menor costo relativo de la mano de obra peruana en el ámbito internacional. En Perú se puede contratar trabajadores muy calificados pagando salarios apreciablemente menores a los que se pagan en los países de la Unión Europea o Estados Unidos, por ejemplo. En los casos de China e India, donde el costo de la mano de obra es menor que en Perú, hay que tener en cuenta que en la competencia agroexportadora Perú puede contrarrestar esa ventaja con otros factores; como pueden ser los rendimientos por hectárea y los costos de transporte hasta el mercado final de destino.

INDICES DEL COSTO POR HORA DE LA MANO DE OBRA AGRICOLA DE OTROS PAISES CON RESPECTO A PERU 2004 (PERU = 1.0)



* Se tomaron datos del año 2002 para Sudáfrica, 2003 para Argentina y 2005 para México. Para India, Ecuador, Argentina, Chile, Sudáfrica, Francia, España y Australia se utilizó el costo de mano de obra de manufactura. El costo de mano de obra en Perú, utilizado para los índices, fue 0.50 US\$/hora (agricultura, año 2005) y 1.06US\$/hora (manufactura, año 2004).

Fuente: OIT. MINAG (costo de mano de obra agrícola en Perú)

Gestión de la calidad (BPA's, HACCP, Trazabilidad)

El comercio internacional de hoy es muy exigente en el control de la calidad de los alimentos, abarcando el concepto de calidad ya no sólo el cumplimiento con estándares del aspecto exterior e interior del producto como se entendía tradicionalmente, sino también el cumplimiento de procedimientos a lo largo de toda la cadena del producto desde su obtención primaria hasta que llega al consumidor; de manera que sea plenamente garantizada la inocuidad del alimento y el respeto a las normas internacionales de protección del medio ambiente, así como las que velan por las condiciones en que realizan su labor los trabajadores.



Es por tal razón que todos los productores y exportadores vinculados a la agroexportación en el Perú, no descuidan acreditar los protocolos o códigos que certifican el cumplimiento de las exigencias del mercado internacional; pues si no lo hacen, sus productos no podrán entrar a los mercados extranjeros. Una serie de instituciones públicas y privadas orientan adecuadamente a todos los agentes de la cadena productiva agroexportadora para que cumplan con esas normas internacionales y las empresas que otorgan las certificaciones (SGS del Perú, Control Union Perú SAC, CERPER, David Fresh, Biolatina y Primus Labs), también participan en esta labor de orientación.

Es así que hoy, productores y exportadores del agro cuentan con certificaciones como EUREPGAP, HACCP, ISO 9000, entre muchas otras; que acreditan el cumplimiento con los estándares internacionales de las buenas prácticas agrícolas (BPA's) así como la trazabilidad de todos los procesos en la cadena del producto. Acreditan también el cumplimiento de la normatividad en los aspectos referentes a inocuidad, medio ambiente y leyes laborales.

Además, el Perú tiene entidades gubernamentales de reconocida labor en los aspectos de la normatividad de la calidad de los productos que se comercian interna y externamente (INDECOPI), la normatividad y control fitosanitario de los alimentos en campo, industria y comercio (SENASA) y la certificación del cumplimiento con las normas de higiene y salud ambiental en la exportación de alimentos (DIGESA).

Empresas agrícolas y exportadoras: Cadenas o redes Agroexportadores

En el Perú, la gran parte de las empresas que desarrollan cultivos para la exportación están organizadas logísticamente para la producción tanto en campo como en planta (si trabajan con productos procesados) y para realizar la exportación misma del producto. Estas empresas también pueden trabajar con organizaciones de pequeños productores para cumplir con las cantidades de producto que requieren para sus mercados, pero también hay algunas empresas exportadoras que sólo contando con la planta industrial recurren a las organizaciones de pequeños productores de diferentes zonas para abastecerse del producto primario.

Una característica importante de las empresas agroexportadoras es la diversificación de su oferta, como consecuencia tanto de su conocimiento del negocio como de las necesidades de utilización a plena capacidad de su planta industrial,. Citemos a las cuatro mayores empresas exportadoras de productos agrícolas no tradicionales, donde los productos hortofrutícolas son los más relevantes.

La empresa Camposol exporta espárragos frescos, en conserva y congelados, pimiento piquillo y ajíes en conserva, alcachofas en conserva, paltas, mangos frescos y en conserva, cebollas, así como otras hortalizas en conserva y congeladas y otras frutas frescas; Agrícola Virú exporta espárragos en conserva, alcachofas en conserva, pimiento piquillo y ajíes en conserva, ajos molidos en conserva y otras frutas y hortalizas en conserva; Alicorp exporta principalmente alimentos balanceados, productos vinculados a la industria oleaginosa (aceites comestibles, jabones, salsa mayonesa, margarinas, ketchup) y productos derivados de la industria de molinos de trigo (pastas, galletas, harinas, barquillos); y Drokasa exporta espárragos frescos y congelados, uvas e higos.

Principales Empresas Exportadoras de Productos Agropecuarios y Agrícolas No Tradicionales 2006			
N°	Empresa	FOB US\$ MM	% Part.
1	CAMPOSOL S.A.	97	8,0
2	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	71	5,9
3	ALICORP S.A.	56	4,6
4	GLORIA S A	43	3,6
5	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	42	3,5
6	DANPER TRUJILLO S.A.C.	42	3,5
7	AGRO INDUSTRIAS BACKUS S.A.	28	2,3
8	I Q F DEL PERU SA	25	2,1
9	KRAFT FOODS PERU S.A.	19	1,6
10	CORPORACION MISKI S.A.	18	1,5
11	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	16	1,3
12	CORPORACION PERUANA DE DESARROLLO BANANERO S.A.C.	15	1,2
13	MACHU PICCHU COFFEE TRADING S.A.C.	15	1,2
14	SUNSHINE EXPORT S.A.C	14	1,2
15	GANDULES INC SAC	14	1,2
16	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	14	1,2
17	GOOD FOODS SA	14	1,2
18	ATHOS SOCIEDAD ANONIMA	13	1,1
19	NESTLE PERU S A	12	1,0
20	GREEN PERU S.A	12	1,0
21	PROCESADORA LARAN SAC	11	0,9
22	AGROINDUSTRIAS JOSYMAR S.A.C.	10	0,8
23	SAN FERNANDO S.A.	9	0,7
24	TAL S A	9	0,7
25	EL PEDREGAL S.A	8	0,7
26	SOUTH AMERICA TANNIN CORPORATION S.A.C.	8	0,7
27	AGRICOLA CHAPI S.A.	8	0,7
28	PROCESADORA S.A.C.	8	0,7
29	ECO - ACUICOLA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	7	0,6
30	EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	6	0,5
	Otras	644	53,2
	Total	1.211	100,0

De un total de 1 341 personas jurídicas registradas, 292 realizaron exportaciones por US\$ 1 211 millones, de las cuales 29 representan el 47% del total exportado (US\$567 MM).

Fuente : Adex DataTrade

4.3 ESTADO INICIAL DE LOS NEGOCIOS EN HUANUCO

¿Qué se produce?

El territorio de Huánuco se divide en 67% Sierra y 33% Selva, posee 390 459 Has. de tierras agrícolas y 495,039 Has. de pastos naturales. En la actualidad, tiene una población reducida como consecuencia del terrorismo que la obligó a emigrar a provincias más seguras. Su producción está orientada al mercado interno, salvo el caso de los minerales metálicos y no metálicos y en menor proporción algunos pocos cultivos de la región.

La agricultura es su principal actividad. Los principales productos de la región son la papaya con el 47% del total de la producción nacional, el té con el 20.2%, la papa, el olluco, el maíz, el plátano y el cacao en menor proporción. Sin embargo, su especial topografía es propicia para el cultivo de coca. Ello explica que el cultivo principal de las provincias de Huánuco, Leoncio Prado y Huamalíes sea la coca". Esta circunstancia ha motivado que mucha de la superficie forestal haya sido deforestada (60%) para favorecer el cultivo ilegal de la coca.

A nivel forestal, Huanuco es una zona de extracción de madera rolliza y aserrada con el 10.2% y 15.8% de la producción nacional, respectivamente. Adicionalmente, la región cuenta con una buena dotación de recursos no maderables, principalmente hierbas medicinales como el hercampuri (26.5%), la chancapiedra (48.5%), el cuti cuti (83.3%), la mananyupa y la calahuala (100%).

La ganadería es una actividad menor en esta región, donde el ganado porcino es el más numeroso con 12.2% del total del país, seguido por el ovino con 7.9% respecto del país.

La minería tiene menos importancia que la agricultura y la ganadería. Los dos principales productos son el plomo y el zinc con el 10.5% y el 5.1% del total del país, respectivamente.

El turismo es básicamente nacional, con apenas 0.5% de turistas extranjeros y solo 3 de sus 11 provincias incorporadas en circuitos turísticos.

¿Qué se exporta?

Principales Sectores de Exportación la oferta exportable de la región se concentra en los dos minerales metálicos que más produce son el zinc y el plomo; y la magnesita y otras arcillas caolínicas en los no metálicos.

La papaya no figura en el cuadro de estadísticas de exportación de la región de forma significativa. Sin embargo, es uno de los productos con mayor potencial exportador, en la medida que se trabaje la mejora genética y la tecnología de la reproducción del cultivo que permita su posterior exportación como fruta fresca o frutilla de papaya.

No obstante las variedades climáticas que posee, Huánuco no ha logrado desarrollar una oferta exportable vinculada a otros de los cultivos de frutas y cereales que produce. Igual ha sucedido con algunos otros productos como la uña de gato y la tara, en los cuales se ha reducido su participación en el total nacional, pasando de 6.9% en el año 1997 al 2.6% en 2000 en el caso de la tara; y de 8.8% en el año 1997 a 0.1% en 2002 en el caso de la uña de gato.

¿Cómo se produce en la región?

Huánuco posee el 3.1% de la población y el 2.8% del territorio nacional. Tiene 2,910.28 Km. de red vial, de los cuales 9.8% es asfaltada, 18.8% afirmada, 13.7% sin afirmar y 57.8% trocha, sobre todo en las conexiones de las provincias internas. Su aeropuerto no reúne las condiciones de mantenimiento y extensión suficientes para soportar un flujo comercial mayor. El aeropuerto más cercano en mejor estado es el Pucallpa que tiene 45 metros de ancho y 2,800 metros de largo. Por el lado de los servicios públicos, el 69.4% de los hogares no cuenta con alumbrado eléctrico, el 69.2% no tiene agua y solo el 17.1 % tiene desagüe.

En el campo de las telecomunicaciones, en el año 2003, la región registró 277 suscripciones ADSL, 11 319 líneas fijas y 10 609 móviles, cifras que representan el 0.4%, 0.6% y 0.4% sobre el total nacional, respectivamente. Este déficit de infraestructura, si bien no es solo un problema de Huánuco sino de todo el país, revela las dificultades que existen para promover inversiones en la región. Así también es una de las razones por las cuales se ha estrechado la relación de dependencia de los hogares al cultivo ilegal de la coca.

Huánuco tiene un IDH de 0.494, inferior al promedio nacional (0.620). El 78.9% de la población de Huanuco es pobre y el 61.9% está en extrema pobreza. Tiene una tasa de analfabetismo adulto del 21.3% y una desnutrición crónica infantil de 41.2%. Adicionalmente, su población posee ingresos 2.6 veces menores que los de Lima.

El tema de la confianza interempresarial no está en la agenda de los empresarios de la región. Solo el 26.7% de unidades agropecuarias tiene el título registrado y el resto de unidades productivas simplemente carece de él. Predomina la excesiva intermediación existente entre la producción agrícola y el mercado.

¿Qué puede dar la región?

La región tiene como reto principal superar la producción ilegal e indiscriminada de la hoja de coca que afecta la sostenibilidad de la actividad forestal y que sólo atenúa en el corto plazo la situación de pobreza extrema de la población, A la larga, la producción artesanal de pasta básica de cocaína está condenando a la población a estar expuesta al uso de ácidos y sustancias químicas que perjudican su salud y reducen su expectativa de vida.

La mejor manera de hacer frente a este reto es apostando por la producción alternativa de cultivos orientados al comercio exterior y en los cuales la región tiene ventajas comparativas. Este es el caso de la papaya o aquellos en los cuales existe un mercado en crecimiento como la tara, las flores exóticas y las plantas medicinales, las cuales, conjuntamente con la minería y los productos de madera con valor agregado, podrían adquirir gran protagonismo si son adecuadamente impulsados. Asimismo, la región debería aprovechar las inversiones y la ayuda de la Cooperación Técnica que perciben para producir cultivos alternativos a la coca como la naranja, el achiote o las flores.

Huánuco también podría complementar la producción de la industria de muebles de madera, donde tiene ventajas interesantes por la existencia de grandes extensiones de bosques; o la posibilidad de crear una industria de productos naturales en base a la gran cantidad de recursos no maderables que existen en a zona.

4.4 CONCEPTO Y PRINCIPALES CUELOS DE BOTELLA DE LOS NEGOCIOS AGRARIOS EN HUANUCO

Conceptualmente “cuellos de botella” son los diversos factores que impiden o reducen el desarrollo normal de un proceso productivo o económico, en este caso agrario. Los “cuellos de botella” generalmente se presentan a tres niveles: micro, meso y macro.

El primero refiere a la fase en la cuál el proceso esta en la responsabilidad del agente agropecuario en el campo, sea pequeño o grande. La segunda es el proceso en la cuál intervienen directa o indirectamente diversos agentes económicos o quienes conforman el conjunto de la cadena productiva. El tercer espacio tiene que ver con los factores externos y en lo particular con la política agraria que esta a cargo del Estado o de los gobiernos regionales, según sea el tema concreto.

Realizar un análisis de “cuellos de botella” implica transitar por cada una de estas fases y aplicar una metodología objetiva de análisis. En este caso, el trabajo profundizará en detectar los “cuellos de botella” que se presentan a nivel del pequeño productor y para lo cuál dividiremos su participación respecto al producto agrario en 4 fases: pre producción, producción, transformación y comercialización. (concepto utilizado por Jerry La Gra, consultor principal del IICA)

Esta metodología nos permitirá ubicar los principales “cuellos de botella” que frenan la competitividad de un producto y proponer acciones en beneficio de los actores. En síntesis, el análisis de los “cuellos de botella” a nivel del pequeño agente económico se realiza para poder obtener:

- Representación simplificada de la realidad
- Planteamiento de soluciones concretas y operativas
- Lograr sinergia entre los diferentes actores

Preselección de Productos para el Análisis de Cuellos de Botella

Para el subsector agrícola se han identificado 5 productos por su aporte al PBI local: papa, maíz amarillo, frijol grano, olluco y trigo. Algunos de estos productos han tomado relevancia inusitada por el hecho que sus precios han reaccionado positivamente en el mercado internacional por su uso como biocombustible.

Principales Productos en Huánuco
(En millones de nuevos soles)

PRODUCTOS	VBP
Papa	182,155.17
Braquearia	50,159.92
Plátano	24,037.20
Maíz Amiláceo	15,354.30
Arroz	13,050.07

Fuente: MINAG

Para el sector pecuario se ha identificado al ganado **vacuno, ovino y alpaca**. En el sector acuícola se tiene la producción de **trucha**, y; para el sector forestal se ha identificado al **eucalipto y al tornillo** como productos maderables y, la **tara y carrizo** como productos no maderables.

En el siguiente cuadro se presenta un análisis de “*cuellos de botella*” para cada sub-sector económico:

Sector Agrícola

Preproducción	Producción	Valor agregado	Comercialización
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inadecuado manejo de usos de suelo y agua 2. Baja calidad de semillas 3. Baja planificación familiar. 4. Escaso capital de trabajo. 5. Infraestructura de riego limitada. 6. Bajo nivel de información de mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insuficiente capacitación en (siembra-cultivo-cosecha) 2. Desconocimiento de nuevos sistemas de riego 3. Limitada tecnología de manejo 4. Débil manejo sanitario 5. Elevados costos de insumos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de centros de acopio (Post cosecha) 2. Limitada infraestructura en transformación de productos 3. Ausencia de capacitación en desarrollo de productos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comercio informal –intermediarios, venta al menudeo 2. Informalidad de proveedores 3. Desconocimiento de nuevos mercados 4. Baja promoción de bondades del producto 5. Acceso vial rural en mal estado 6. Oferta de productos de baja calidad 7. Desinformación de oferta y demanda 8. Desconocimiento de la demanda de productos ecológicos
Organización y Gestión Familiar			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Existencia de minifundio 2. Débil organización de productores (segundo nivel) 3. Ausencia de manejo de plan de siembras 4. Desconocimiento de gestión empresarial 5. Ausencia de asesoramiento en obtención de crédito 			

Fuente: Elaboración Propia

En el caso de los productores de la zona andina el problema es crítico debido a la precariedad o ausencia de mercados, fundamentalmente debido a la carencia de infraestructura básica y competitividad a nivel del pequeño predio.

Una consecuencia son las pérdidas después de la cosecha de los productos agrícolas por el mal manejo del productor y de los canales de intermediación. Así mismo, en el tema de organización uno de sus problemas es la pérdida de capacidad de negociación a lo largo del proceso. La reducida extensión de las parcelas también genera obstáculos para el desarrollo de cultivos de exportación, además de ser una traba para la obtención de créditos rurales.

Sector Pecuario

Preproducción	Producción	Valor agregado	Comercialización
<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de mejoramiento genético en zonas productoras 2. Baja organización familiar. 3. Bajo capital de trabajo. 4. Pasturas degradadas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo conocimiento de manejo de suelos, pasturas y agua. 2. Limitadas técnicas de reproducción animal. 3. Ausencia de prácticas de sanidad animal. 4. Limitadas técnicas de manejo animal. 5. Ausencia de practicas de alimentación en épocas de estiaje. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitada tecnología de transformación y conservación de carnes. 2. Limitada tecnología de transformación de la leche. 3. Falta de equipos e instrumentos para la transformación. 4. Falta de capacitación en desarrollo de subproductos 5. Limitada infraestructura de industrialización 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comercio informal – intermediarios, venta al menudeo 2. Ausencias de camales 3. Oferta de productos de baja calidad 4. Desinformación de oferta y demanda 5. Escaso control de comercialización de ovinos, vacunos y camélidos.
Organización y Gestión Familiar			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Débil organización de productores 2. Desconocimiento de gestión empresarial 3. Nulo acceso al crédito 4. Ausencia de asesoramiento en obtención de créditos 5. Bajo nivel de articulación con instituciones promotoras del desarrollo. 			

Fuente: Elaboración Propia

Uno de los problemas del sector pecuario es la alimentación que se ve afectada por no contar con adecuadas técnicas (Época de estiaje). Siendo su única fuente su principal fuente de alimentación los pastos naturales. Otro factor importante es la baja utilización de técnicas de mejoramiento genético y que su uso incrementaría la productividad y los rendimientos en carne, leche, lana y fibra.

Sector Acuícola

Preproducción	Producción	Valor agregado	Comercialización
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de capacitación en el manejo y adquisición de ovas y alevitos 2. Carencia de estudio del lagunas aptos para la crianza 3. Bajo repoblamiento y siembra extensiva de trucha arco iris. 4. Baja organización familiar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de asistencia técnica en mejoras productivas 2. Carencia de infraestructura de crianza 3. Reducida producción para atender nuevos mercados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carencia de equipos modernos para el desarrollo de productos 1. Falta de capacitación en desarrollo de productos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de centros de acopio de frío 2. Dificultad para el traslado de truchas 3. Desinformación de oferta y demanda 4. Comercio informal – intermediarios, venta al menudeo
Organización y Gestión Familiar			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Débil organización de productores 2. Desconocimiento de gestión empresarial 3. Ausencia de asesoramiento en obtención de créditos 			

Fuente: Elaboración Propia

Las dificultades de los pequeños productores de trucha es falta de información en manejo, crianza y alimentación. También, canales de comercialización (centros de frío), problemas de logística de servicios, que se traducen en un elevado costo de servicios especializados dado que son prácticamente inexistentes en la región. Así como la falta de identificación de lagunas con gran potencial de cultivo de esta especie.

Sector Forestal

Preproducción	Producción	Valor agregado	Comercialización
1. Ausencia de investigación, extensión y transferencia tecnológica 2. Ausencia de manejo de semillas de productos de reforestación 3. Limitado trabajo de estudios de suelos para la producción forestal	1. Bajos niveles de productividad 2. Poca existencia de planes de manejo forestal. 3. Bajo equipamiento.	1. Débil capacitación en desarrollo de productos 2. Carencia de infraestructura física para la transformación	1. Baja capacidad de relacionamiento con el mercado 2. Competencia con grandes empresas 3. Insuficiencia de infraestructura física (camino) 4. Certificación forestal 5. Comercio informal –intermediarios, venta al menudeo 6. Tala ilegal, deforestación
Organización y Gestión Familiar			
1. Debilidad organizacional para el manejo de sistemas de producción 2. Desconocimiento de gestión empresarial prevalencia de la informalidad 3. Falta de sostenibilidad económica de la actividad forestal 4. Poca inversión 5. Débil conciencia de conservación y desconocimiento para la conservación del medio ambiente			

Fuente: Elaboración Propia

El principal problema que afecta al bosque es la deforestación. Se estima que existe un alto porcentaje de hectáreas deforestadas. Las áreas deforestadas obedecen a la quema de madera con fines agropecuarios, a la producción de leña y carbón y su explotación de la madera con fines comerciales.

La situación en la que se encuentran los bosques es consecuencia de la ausencia por muchos años de una política forestal con claros criterios económicos, ecológicos y sociales que permitan establecer tecnologías apropiadas de extracción y métodos de preservación del bosque.

4.5 FACTORES DE COMPETITIVIDAD REQUERIDOS

En términos generales la mejora de la competitividad de las empresas agrarias pasa fundamentalmente por que puedan acceder a insumos, materias primas y bienes de capital a precios internacionales; el costo de la mano de obra tenga niveles comparables con los países de la región que son nuestros competidores en el comercio mundial y no existan sobre costos en la economía.

El tema central para lograr la competitividad en las empresas agropecuarias, es el incremento de la productividad de todos los recursos, humanos y físicos. El no lograrlo colocaría a nuestras unidades de producción en una posición vulnerable, ya que muchos de los países con los cuales competimos, no sólo poseen niveles de productividad mucho más elevados, si no que han logrado una institucionalidad que estimula el aumento permanente de la productividad, aumentando de esta manera la brecha con esos países.

Es evidente que una de las tareas pendientes en el país es justamente impulsar las medidas necesarias que permitan a las empresas agrarias ser más competitivas. Los indicadores internacionales sobre competitividad, si bien son referenciales, nos muestran que hemos avanzado poco y que nos estamos rezagando con relación a otros países de Latinoamérica y del mundo.

El sector agropecuario enfrenta una nueva realidad, que surge de los cambios sociales, económicos y políticos que acompañan la globalización y la consecuente internacionalización de sus economías. La globalización y uno de sus principales mecanismos, el comercio, representa una oportunidad para lograr un mayor desarrollo de este sector. Sin embargo, también es un factor que implica riesgos, debido a la inequidad existente, hecho que cobra particular relevancia en los productores andinos que cuentan con un porcentaje elevado entre la pobreza y la marginalidad.

El sector agropecuario es heterogéneo en el sistema productivo. De esta manera encontramos un sector moderno, dedicado a la exportación, un sector comercial, dedicado a la producción de productos tradicionales, y adecuadamente insertado a cadenas de agregación de valor y un sector de subsistencia, dedicado al autoconsumo y la comercialización de sus excedentes.

En este contexto con el objeto de promover el desarrollo de la competitividad que permita enfrentar con éxito el reto de la competencia, tres son los factores competitivos que se desarrollará; micro, meso y macro.

Antes de desarrollar cada factor, se ha identificado algunos cuellos de botellas de mayor importancia no dejando de lado los demás (ver cuellos de botella en el capítulo anterior) que también forman parte del retraso competitivo.

A continuación se muestran los problemas básicos por cada sector, notándose que todos se encuentran dentro del nivel micro, esto indica que se debe priorizar más este sector.

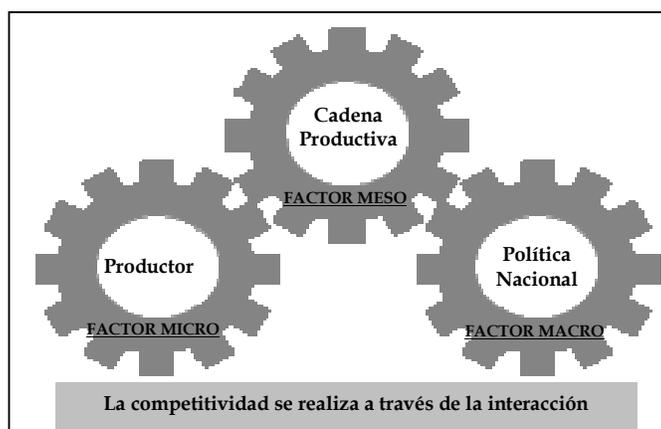
Problemas Básicos Identificados por Sector

Agrícola	Pecuario	Acuícola	Forestal
Ineficiencia en la adquisición y manejo de semillas	Inadecuado Manejo de pastos y genética	Inadecuado Manejo alimenticio	Ineficiencia en la adquisición y manejo de semilla
Falta de planificación de siembra	Carencia de Manejo de crianza y sanidad	Poca Infraestructura de crianza	Carencia de planes de manejo forestal

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se desarrolla cada factor micro (productor), meso (cadena productiva) y macro (política nacional) que define la competitividad.

Eslabonamiento de Competitividad



Fuente: Elaboración Propia

✓ **Productor:**

El productor no sólo requiere de conocimientos, agro tecnológicos sino también de gestión empresarial que les permita ser más eficientes y aprovechar las oportunidades que les ofrece el mercado.

- Adquisición de uso de semillas de calidad
- Cultivo en pequeñas superficies
- Estudio de análisis de suelo y agua
- Rotación de cultivos
- Manejo de plagas y enfermedades
- Reconversión productiva
- Manejo de técnicas de riego
- Planificación de siembra orientado a la demanda
- Cultura asociativa
- Diversificación de la producción
- Crédito formal
- Capacitación en tecnología agraria, y de gestión
- Manejo de post cosecha

✓ **Cadena Productiva:**

Involucra a los diferentes eslabones de la cadena tales como proveedores de productos, industria del procesamiento y transformación, distribución y comercialización a demás de los consumidores finales del producto. Cabe mencionar que las cadenas productivas tratan de abastecer al consumidor final con productos de la mejor calidad y en cantidad que corresponden con sus necesidades y precios competitivos:

- Articulación y concentración entre los actores de la cadena
- Inversión privada en todos los eslabones de la cadena
- Mejorar el desarrollo, acceso y uso de tecnologías en todos los procesos de la cadena
- Infraestructura de producción, transformación y distribución
- Sistema de certificación para las cadenas
- Logística de distribución
- Diseño y aplicación de la innovación tecnológica en los procesos de transformación orientados a incrementare el valor agregado y la comercialización de los productos terminados
- Responsabilidad y compromisos de los actores

✓ **Política Nacional:**

Fomentar la articulación de las entidades del gobierno nacional, regional y local, y del sector privado y sociedad civil, para un trabajo en forma coordinada y concertada, teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas.

- Anticipar posibles riesgos en mercados externos
- Desarrollo económico y social en áreas alejadas de baja densidad de población y ricas en recursos naturales
- Ventajas tributarias
- Subsidios
- Polos regionales de desarrollo infraestructura, tributos
- Capacidad de gestión de los gobiernos regionales y locales
- Políticas publicas de a través de infraestructura (camino, puertos, electricidad)
- Modernización de la agricultura familiar campesina en términos de innovación tecnológica gestión y producción para mantener su presencia nacional
- Estabilidad política y credibilidad internacional
- Condiciones naturales del país
- Suscripción de acuerdos de libre mercado
- Certificación de semillas de calidad
- Desarrollo y aplicación de métodos de medición y mejoramiento de la productividad
- Plataforma de servicios (capacitaciones y asesorías)

4.6 DESARROLLO DE PRODUCTOS EN MARCHA

En el presente capítulo se presenta el conjunto de productos que se desarrollan en la región, pero que por su posibilidad con el mercado deberían reforzarse. Como podrá observarse del cuadro resumen, estos productos tienen vocación exportadora y actualmente se orientan al exterior, sea como producto primario o como producto con valor agregado.

En los cuadros con una “x” se focaliza la orientación de mercado de los productos pudiendo ser: para el extranjero, para el mercado nacional o cumple un rol de sustitución de importaciones. También podrá observarse en el mismo cuadro la baja productividad que manifiestan los productos respecto a la productividad promedio nacional. Tema que debe ser abordado por el PROGRAMA ALIADOS. En realidad los problemas de los productos de la sierra más que de mercado son de competitividad.

Adjunto relación de productos del sector agrícola, pecuario, acuícola y forestal. Cada uno de estos sectores tiene un margen importante para desarrollar.

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Provincia Ambo

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Maíz amarillo	524	4,228.23	3,650.00		X	
2	Trigo	1,671	1,281.44	1,410.00		X	
3	Maíz morado	522	7,147.95	4,200.00	X		
4	Frijol	615	1,510.07	1,430.00	X		
5	Camote	607	8,926.47	17,870.00			X
6	Olluco	1,081	8,067.16	5,810.00			X
7	Papa	49,772	14,071.81	12,540.00		X	X
8	Alcachofa	298		16,050.00	X		

Provincia Dos de Mayo

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Cebada	1,845	1,261.11	1,080.00		X	
2	Trigo	1,433	1,112.58	1,410.00		X	
3	Cebolla	404	12,625.00	30,740.00	X		X
4	Olluco	1,712	6,509.51	5,810.00			X
5	Arveja	325	1,090.60	1,240.00	X		
6	Haba	489	1,111.36	1,220.00			X
7	Papa	16,835	7,634.92	12,540.00		X	X
8	Zanahoria	396	16,500.00	19,950.00			X

Provincia Huaycabamba

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Trigo	1,039	1,046.32	1,410.00		X	
2	Maíz choclo	1,053	6,212.39	8,730.00			X
3	Arveja	249	980.31	1,240.00	X		X

Provincia Huamalíes

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Cebada	4,442	1,471.84	1,080.00		X	
2	Trigo	3,094	1,341.72	1,410.00		X	
3	Cebolla	1,820	12,214.77	30,740.00	X		X
4	Olluco	2,282	7,361.29	5,810.00			X
5	Papa	70,766	10,810.57	12,540.00			X

Provincia Lauricocha

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Cebada	552	859.81	1,080.00		X	
2	Trigo	374	871.79	1,410.00		X	
3	Haba	161	4,472.22	1,220.00			X
4	Papa	10,803	7,549.27	12,540.00			X

Provincia Huánuco

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Cebada	844	1,116.40	1,080.00		X	
2	Alcachofa	199		16,050.00	X		
3	Maíz amarillo	3,161	4,000.63	3,650.00		X	
4	Papa	82,806	12,562.54	12,540.00			X
5	Trigo	2,352	1,316.91	1,410.00		X	
6	Cebolla	1,072	13,400.00	30,740.00	X		
7	Camote	1,678	11,775.44	17,870.00			X
8	Frijol	230	7,171.88	1,430.00	X		
9	Maíz morado	1,086	7,099.35	4,200.00	X		X

Provincia Marañón

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Trigo	757	1,010.68	1,410.00		X	
2	Olluco	608	9,650.79	5,810.00			X
3	Papa	4,638	10,283.81	12,540.00			X

Provincia Pachitea

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Maiz amarillo	1,881	2,442.86	3,650.00		X	
2	Zapallo	1,576	19,949.37	24,020.00			X
3	Frijol	1,280	965.74	1,430.00	X		
4	Papa	107,331	18,211.76	12,540.00			X

Provincia Yarowilca

Nº	Producto	Producción TM	Rendimiento local Kg.-Ha	Rendimiento nacional Kg.-Ha	Mercado Potencial		
					Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado Nacional
1	Cebada	1,674	1,976.39	1,080.00		X	
2	Olluco	414	5,048.78	5,810.00			X
3	Trigo	924	1,004.35	1,410.00		X	
4	Papa	11,950	8,653.15	12,540.00			X
5	Haba	503	1,010.04	1,220.00			X

PRODUCCIÓN PECUARIA

Nº	Producto	Producción TM	Mercado Potencial		
			Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado nacional
1	Leche vaca	10,006	X		X
2	Carne vacuno	4,032		X	X
3	Carne ovino	232		X	X
4	Fibra alpaca	2	X		X
5	Lana	66	X		X

PRODUCCIÓN FORESTAL

Nº	Producto	Producción	Mercado Potencial		
			Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado nacional
1	Tornillo	21,931	X		X
2	Eucalipto	31,958			X
3	Tara	7,513,876	X		
4	Carrizo	2,188,424			X

La producción es de las 6 regiones, el tornillo y eucalipto están en m³ y la tara y carrizo en Kg.

PRODUCCIÓN ACUÍCOLA

Nº	Producto	Producción TM	Mercado Potencial		
			Exportaciones	Sustitución de importaciones	Mercado nacional
1	Trucha	2,728	X		X

La producción es de las 6 regiones, las partidas que mas se han exportado en el 2006 son las truchas congeladas y frescas.

4.7 PROMOCIÓN DE NUEVAS INICIATIVAS AGRARIAS

En este capítulo se han seleccionado un conjunto de productos que pueden insertarse con énfasis en la estructura productiva regional. Actualmente muchos de ellos son promocionados por el PRA, Sierra Exportadora y otras organizaciones de promoción. Previo transito por una fase de validación, principalmente las nuevas iniciativas pueden profundizarse.

REGION	Nº	PRODUCTO	PROVINCIA
HUANUCO	1	Quinoa	Lauricocha
	2	Maca	Pachitea
	3	Maiz morado	Huancabamba

4.8 ANEXO: Cuadro de Potencialidades de Huánuco por Provincia

PROVINCIA	CAPITAL SOCIAL Y CULTURAL	INFRAESTRUCTURA ECONOMICA	CAPITAL FINANCIERO	RECURSOS NATURALES
Huánuco	<ul style="list-style-type: none"> - Es la capital del departamento, concentra servicios básicos para la población y es el principal centro comercial. Cuenta con la Universidad Nacional Hermilio Valdizán. 	<ul style="list-style-type: none"> - La provincia tiene potencial para el desarrollo agroindustrial, así como, para el sector comercio y servicios. 	<p>Cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 Oficinas de Banca Múltiple. 1 Oficina de Caja Municipal. 1 Oficina del Banco de la Nación. 	<ul style="list-style-type: none"> - En su producción agrícola destacan los cultivos transitorios de papa blanca, maíz amarillo duro, habas y trigo. Entre los permanentes el cultivo de café que se cultiva en los distritos de Chinchao, Churubamba y Santa María del Valle, el segundo cultivo permanente es la coca (Chinchao) y luego el café y el té. - En el 50% de los distritos de la provincia se produce hortalizas y verduras que abastecen al mercado local.
Ambo	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentran casas coloniales en el distrito de Tomay, Quichua, en donde se ubica la casa en la que vivió la Perricholi y Micaela Villegas. - Iglesia San Miguel Arcángel, una de las más antiguas de Huánuco, ubicada en la provincia de Ambo. 	<ul style="list-style-type: none"> - El sector industrial, tiene un incipiente desarrollo, sobresaliendo las empresas de elaboración de productos de panadería, fábricas de gaseosas, carpinterías. 	<p>Cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Oficina del Banco de la Nación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Su actividad económica es agricultura. El 50% de la producción de papa blanca va a mercados extraregionales), igual ocurre con el maíz amiláceo y el maíz amarillo. La papa amarilla y la Tumbay las de mayor aceptación en los mercados de Lima. - Destaca el Nevado de Yerupaja. - La actividad turística está siendo promocionada en función de 2 circuitos: Huanuco – Tomayquichua – Conchamarca – Lagunas de Pichgacocha y el de Huanuco – Ambo – Huácar.
Dos de Mayo	<ul style="list-style-type: none"> - La actividad comercial tiene relativa importancia en La Unión (Capital de la provincia) y el flujo comercial es principalmente con Lima. - Se encuentra el Museo Provincial El Dorado. - Se encuentra la comunidad nativa del Dorado. 		<p>Cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Oficina del Banco de la Nación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Su principal actividad es la agricultura y en menor escala el ganado porcino, ovino y vacuno; sus productos se venden en los mercados de Lima y en la ciudad de Huánuco. - Sobresale la producción de papa, maíz amiláceo, habas, trigo, cebada, olluco, oca. - Existe potencial piscícola, minero, turismo, artesanía y la agricultura de cultivos andinos.

PROVINCIA	CAPITAL SOCIAL Y CULTURAL	INFRAESTRUCTURA ECONOMICA	CAPITAL FINANCIERO	RECURSOS NATURALES
	<ul style="list-style-type: none"> - Posee el centro arqueológico de Huanucopampa de significativa atracción turística, así como el complejo arqueológico de Numash, Yanas y otros. - La municipalidad provincial tiene un Convenio de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. 			<ul style="list-style-type: none"> - En las zonas bajas del río Marañón se cultiva lúcuma, manzanas, durazno, paltos cuya calidad y producción podría lograr mayor espacio en el mercado nacional. - Tiene las aguas termales de Ripan y Tauripampa.
Huaycabamba	<ul style="list-style-type: none"> - En el distrito de Pinra se encuentra las ruinas de Tinyash. 		Cuenta con: 1 Oficina del Banco de la Nación.	<ul style="list-style-type: none"> - La actividad agrícola es la más importante y sobresale los productos como el trigo, maíz amiláceo, papa blanca y habas (para autoconsumo). Una pequeña parte de su producción es para los mercados de Lima y Huari (Ancash). - Por sus condiciones agro climáticas presenta condiciones para el cultivo de cereales y cultivos andinos, así como, para la actividad pesquera y el desarrollo turístico. - Sus principales centros turísticos naturales son las lagunas como la de Chinchancocha, Patara, Tablabamba, Mamancocha adecuada para el desarrollo piscícola.
Huamalíes	<ul style="list-style-type: none"> - Posee el Conjunto Arqueológico de Tantamayo, compuesto por 81 sitios arqueológicos, que ocupan 65km², los centros más visitados de este complejo son Susupillo, Piururo, Selmin Granero, Japallan, entre otros. 		Cuentan con: 1 Oficina del Banco de la Nación.	<ul style="list-style-type: none"> - El principal sector económico es el agrícola (subsistencia), sin embargo la producción de las zonas de Llata y Miraflores se orienta al mercado de Ancash. La comercialización de papa, maíz amiláceo, cebada es mínima. - La crianza de ganado ovino y vacuno, es para consumo familiar y muy poca para el mercado.

PROVINCIA	CAPITAL SOCIAL Y CULTURAL	INFRAESTRUCTURA ECONOMICA	CAPITAL FINANCIERO	RECURSOS NATURALES
	<ul style="list-style-type: none"> - La Ciudad de Llata (Capital de la provincia), es considerada la “Capital Folklórica de Huánuco”. 			<ul style="list-style-type: none"> - En el distrito de Monzón (selva) el cultivo permanente que aún prevalece es la coca y luego el plátano, maíz amarillo duro (10% de la producción se comercializa en Tingo María y Huánuco). - Entre sus centros turísticos naturales destacan las Cueva de Sakaq Machay con sus dibujos rupestres. - Tiene potencial para la producción de maca, papa, cereales andinos, piscicultura, turismo y artesanía. - En la que se encuentra la laguna de Carhuacocha y de Carpa.
Marañón	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentra el centro arqueológico de San Vicente. 		Cuenta con: 1 Oficina del Banco de la Nación.	<ul style="list-style-type: none"> - La producción agropecuaria es principalmente para autoconsumo y en pequeñas cantidades para el mercado de los pueblos vecinos del departamento de Ancash (Sierra) y San Martín (Selva: Uchiza).
Pachitea	<ul style="list-style-type: none"> - También alberga a pequeños grupos étnicos de las tribus de los campos, amueshas, shipibos y cashibos, que viven diseminados en el territorio de la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> - En el distrito de Molinos se ubica el principal centro de producción piscícola de la Provincia, con una producción de 36 toneladas anuales de truchas y alevinos. 	Cuenta con: 1 Oficina del Banco de la Nación.	<p>La agricultura es la principal actividad económica. Es el mayor productor de papa blanca (Chaglla).</p> <ul style="list-style-type: none"> - En la zona de Panao predomina el ganado ovino criollo. - El distrito de Chaglla es conocido como un gran productor de papa blanca, alcanzando una producción promedio de 25 toneladas por hectárea, destinadas básicamente al mercado limeño. - Posee las Cuevas de la Lechuzas Machay.

PROVINCIA	CAPITAL SOCIAL Y CULTURAL	INFRAESTRUCTURA ECONOMICA	CAPITAL FINANCIERO	RECURSOS NATURALES
Lauricocha	<ul style="list-style-type: none"> - Están las ruinas de Wauratucarán de hace 10 mil de años, donde se encontró el Hombre de Lauricocha, siendo la ocupación más antigua de América. 		<p>Cuenta con: 1 Oficina del Banco de la Nación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La actividad agropecuaria es la principal, destacan los cultivos de papa, maíz, amiláceo, habas, cebada, trigo y avena. - El distrito de San Miguel de Cauri sobresale por la crianza de ganado caprino. - En la zona de Baños y Queropalca es importante la crianza de ganado vacuno y la producción artesanal de queso. - En el sector minero, se tiene a la Compañía Minera de Raura. - El turismo tiene un incipiente desarrollo, a pesar de contar con recursos. - La Cordillera de Huayhuash, zona reservada que abarca la provincia de Lauricocha, Huánuco, Baño del Inca en Lauricocha, distrito de Baños.
Yarowilca	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene potencial turístico los restos de Garu, el Castillo Inca, la Corona del Inca, etc. 		<p>Cuenta con: 1 Oficina del Banco de la Nación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El sustento de la población es la agricultura sobresale la papa, maíz amiláceo, trigo, habas y cebada. - Es importante la crianza de ganado ovino.