

**MINISTERIO DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO**



**PLAN OPERATIVO
DEL PRODUCTO
MADERA**

PERX: LORETO

2004

PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO MADERA

1. Aspectos relevantes del producto¹

- El recurso maderable cubre el 80% del territorio regional y constituye el 57% de la superficie de los bosques con protección del país.
- Entre las especies maderables comerciales de valor industrial se considera a la Lupuna, Caoba, Lagarto Caspi, Tornillo, Marupa, Moena, Capínuri, Ishpingo, Catahua, Cumala, entre otros.
- El rendimiento de madera aserrada por unidad de madera rolliza, varía entre 85 y 90%, dependiendo de la especie y grados de defecto.
- La actividad maderera destaca en sus fases de extracción, aserrío y procesamiento industrial (fabricación de láminas, triplay, molduras, pisos y tableros finger joint).
- La Región de Loreto junto con Ucayali son los principales productores de madera en el Perú.
- Se ha producido incrementos de las exportaciones maderables desde el año 1996. Esto lo podemos apreciar en el siguiente cuadro.

AÑO	VALOR FOB \$	INCREMENTOS \$	INCREMENTO %
1996	3,071,587	0	0
1997	5,487,201	2,415,614	79
1998	6,081,003	593,802	11
1999	8,374,860	2,293,857	38
2000	9,532,475	1,157,615	14
2001	11,128,028	1,595,553	17
2002	13,744,661	2,616,633	24
2003	16,290,000	2,545,339	12
TOTAL	73,709,815	13,218,413	193

Fuente: Tropical Forest solo Loreto, FOB Iquitos

¹ La información fue obtenida del plan concertado de desarrollo para Región Loreto.

2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Recurso Forestal abundante y variado.▪ El sector maderero se encuentra en un franco proceso de expansión.
<p>Desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Ochenta años de experiencia de transformación primaria y treinta años de transformación con valor agregado.▪ Existencia tecnológica para realizar zonificación de los recursos forestales.▪ Existencia de trabajos de investigación sobre el mejor aprovechamiento del bosque.▪ Cuarenta años de formación académica especializada en temas de recurso forestal.▪ Empresarios tienen identidad regional.
<p>Sociales</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Cultura amazónica milenaria (cultura para el aprovechamiento del bosque).▪ Existencia de un Centro de Investigación e Institutos Superiores especializados en el aprovechamiento del recurso forestal.
<p>Desarrollo Exportador</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Empresarios exitosos en exportación de productos maderables.▪ Presencia de empresariado en organizaciones internacionales de la madera.

Debilidades
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Escaso y deficiente aprovechamiento del recurso forestal.▪ Bosque Tropical poco estudiado.
<p>Infraestructura y facilitación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Escasos recursos económicos para la investigación.▪ Insuficiente fomento a la inversión privada en el sector forestal.▪ Maquinaria y tecnología insuficiente.▪ Falta de recurso financiero para mayor y mejor aprovechamiento del bosque.▪ Insuficiente infraestructura y servicios básicos.▪ Deficiencias y déficit en el sistema de transporte fluvial.▪ Inestabilidad jurídica y tributaria.▪ Falta de paquetes tecnológicos completos para las empresas.
<p>Desarrollo exportador</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Poca experiencia para formar Joint Venture y otros esquemas de alianzas.

Debilidades

- Ausencia de una estrategia de posicionamiento de los productos en mercados de destino identificados.
- Insuficiente conocimiento de mercados de destino.
- Carencia de una estrategia para articular oferta que atienda nichos de mercado.

Sociales

- Débil articulación con organizaciones ambientalistas que intervienen en las comunidades nativas.

Articulación empresarial

- Débil estructura empresarial.
- Débil articulación entre Estado, empresa y centro de servicios especializados.

Oportunidades

Nacional

- Formulación del Plan Estratégico de la madera con valor agregado.
- Aplicación de la Ley Forestal y del Plan de Manejo de Bosques.

Externo

- Existencia de Fondos de Cooperación Internacional.
- Mercado globalizado sin fronteras.
- Incremento de mercado internacional de madera amazónica.

Amenazas

Nacional

- El centralismo que frena las oportunidades de cooperación técnica internacional.
- Poca motivación para la elaboración de productos no tradicionales.
- Pérdida de incentivos tributarios.
- Introducción al mercado de productos sustitutos de la madera.

Externo

- Involucramiento de la Región Loreto en el conflicto político militar de Colombia.

3. Visión

“Al 2013 la Región de Loreto habrá incrementado al 1000% el valor de las exportaciones de madera: 50% del total de ese valor será la madera con valor

agregado, de manera sostenible y que haya generado mejoras en la cantidad y calidad del empleo”.

4. Valores

El código de valores que ha definido el grupo de trabajo en el taller consta de lo siguiente:

- **Liderazgo.** Se define como la conducción o dirección de un grupo social hacia el logro de objetivos comunes. Es la influencia que ejerce una persona en un proceso de comunicación, involucrando a otras en el logro de una o varias metas. Líder es la persona emprendedora, con iniciativa y la habilidad de saber transmitir sus pensamientos a los demás, desarrollando la capacidad de conducir equipos de trabajo eficientes.
- **Calidad.** Es el grado de perfección con que un producto satisface las expectativas y los requerimientos establecidos para determinado uso o consumo.
- **Disciplina.** Es el respeto a las normas y reglamentaciones establecidas o autoimpuestas.
- **Integración** Es la acción que propicia la unificación entre los agentes económicos de la cadena productiva en el proceso por construir ventajas competitivas, abandonando actitudes independientes y guiando la gestión hacia el logro de objetivos comunes.
- **Compromiso** Comprometerse va más allá de cumplir con una obligación; es poner en juego nuestras capacidades para sacar adelante todo aquello que se nos ha confiado.
- **Identidad** Equivale a la identificación con la visión exportadora regional, traducida en una actitud positiva y constructiva.

5. Líneas estratégicas

Línea estratégica 1	Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos de la madera.
Línea estratégica 2	Desarrollar una estrategia para la consolidación de la madera en los mercados internacionales.
Línea estratégica 3	Mejorar la infraestructura física y brindar servicios que faciliten el posicionamiento de la madera en el mercado internacional.
Línea estratégica 4	Desarrollar un programa para generar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de madera.

6. Matriz del Plan Operativo del Producto: Madera

Plan Operativo del Producto Madera

Línea estratégica 1. Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimientos de la madera.

Actividades	Indicadores	Responsables
1.1 Desarrollar un programa de capacitación y transferencia de tecnología apropiada para aumentar el aprovechamiento de la madera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se cuenta con un programa de capacitación y transferencia de tecnología para 3 empresas del sector madera. ▪ A partir de enero del 2005 se ejecutará el programa de capacitación (secado, afilado, cortes, preservado, flujo operativo, etc) con 5 empresas del sector madera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IIAP ▪ UNAP ▪ CERX ▪ AIMAL ▪ SENATI ▪ Gobierno Regional
1.2 Organizar talleres de difusión de las investigaciones realizadas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desde el 2005 las instituciones de investigación difunden sus investigaciones en talleres especializados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IIAP ▪ UNAP ▪ AIMAL ▪ CERX ▪ SENATI ▪ MUNICIPALIDADES ▪ Gobierno Regional
1.3 Instaurar un convenio con investigadores en temas del Bosque, sector madera y empresarios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se promocionan las 2 mejores investigaciones en temas de madera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ INRENA ▪ IIAP ▪ ONGs ▪ AIMAL ▪ Gobierno Regional ▪ Universidades
1.4 Diseñar una estrategia de promoción de productos de madera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se cuenta con una estrategia de promoción de productos de madera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ AIMAL ▪ GOREL
1.5 Definir canal de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con un estudio del canal de comercialización identificado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ AIMAL ▪ GOREL

1.6 Diseñar catálogo de especies maderables de la Región	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se cuenta con catálogo de oferta. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ AIMAL ▪ GOREL
--	--	--

Línea estratégica 2. Desarrollar una estrategia para la consolidación de la madera en los mercados internacionales

Actividades	Indicadores	Responsables
2.1. Elaborar estudio de mercados y establecer programa de exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El tercer trimestre del 2005 se cuenta con un estudio de mercado sobre los principales mercados de destino de los productos de madera. ▪ A fines del 2006 se cuenta con estudios de dos nuevos mercados de destino para dos nuevos productos de madera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PROMPEX ▪ CERX ▪ Asociación de Empresarios Madereros de Loreto, AIMAL ▪ Gobierno Regional
2.2. Desarrollar un sistema de información de precios y mercado de madera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En el 2005 opera un sistema integrado de información de mercado y precios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PROMPEX ▪ CERX ▪ AIMAL

Línea estratégica 3. Mejorar la infraestructura física y brindar servicios que faciliten el posicionamiento de la madera en el mercado internacional.

Actividades	Indicadores	Responsables
3.1 Desarrollar un programa de renovación tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2005 se cuenta con un programa de reingeniería, ampliación e inversión de la industria. ▪ En 5 años se cuentan con diez empresas nuevas equipadas para producir con valor agregado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PRODUCE ▪ PROMPEX ▪ AIMAL ▪ Gobierno Regional ▪ Municipios ▪ Cooperación Técnica ▪ CERX
3.2 Mejorar embarcaderos y puertos en la Región y renovar flota fluvial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2013 se cuenta con el 100% de embarcaderos apropiados y una flota 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Industriales

Actividades	Indicadores	Responsables
	renovada al 50%.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gremios ▪ MTC ▪ Municipios ▪ Empresas Privadas
3.3 Desarrollar un fondo para el desarrollo forestal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2006 el 25% de los actores forestales trabajan con fuentes de financiamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Gremios Privados ▪ Caja Municipal ▪ Bancos ▪ FONDEBOSQUE ▪ COFIDE
3.4 Difundir la ley y reglamentos vinculados al desarrollo de la actividad maderera y forestal.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2006 se ha difundido adecuadamente la legislación forestal del sector al 100% de actores. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AIMAL ▪ GOREL ▪ CERX
3.5 Crear mecanismos de presentación de propuestas políticas y legales para el sector.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A junio del 2005 se ha constituido una mesa de trabajo pública /privada para coordinar iniciativas y propuestas del sector maderable. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AIMAL ▪ GOREL ▪ CERX

Línea estratégica 4. Desarrollar un programa para generar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de madera.

Actividades	Indicadores	Responsables
4.1 Realizar seminarios especializados (maderas, extractores, etc.) sobre experiencia exitosas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se realiza un seminario taller sobre nuevas técnicas de industria maderera. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MINCETUR ▪ Gobierno Regional ▪ Universidades: ▪ Cooperación técnica ▪ Gobiernos Locales ▪ FONDEBOSQUE ▪ AIMAL
4.2 Desarrollar un programa de capacitación dirigido a	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se ha elaborado el 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociaciones de

<p>mejorar la producción/gestión de las empresas y el diseño de los productos que se derivan de la madera</p>	<p>programa de capacitación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Productores ▪ Universidades e ▪ Institutos ▪ Cámara de Comercio
<p>4.3 Capacitar en temas de Joint Venture y alianzas estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2005 se ha realizado un taller sobre las formas de alianzas estratégicas empresariales y joint venture. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MINCETUR ▪ PROMPEX ▪ Gremios ▪ Cámara de Comercio ▪ Gobiernos Locales

7. Monitoreo y evaluación del Plan Operativo del Producto

El proceso de implementación y seguimiento del POP estará a cargo del Comité Exportador Regional, CERX, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. El CERX deberá promover la conformación de una mesa de trabajo de la Madera, que será la responsable de coordinar con los agentes involucrados el desarrollo de las actividades previstas en el POP.

En términos generales los responsables de la implementación, evaluación y seguimiento se reunirán periódicamente para discutir en forma participativa y con espíritu de colaboración los avances del Plan de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión de la cadena productiva.