

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Plan Operativo de Producto

Camu Camu

Región Ucayali



Índice

Planes Operativos de Productos Seleccionados de la Región Ucayali

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLAN OPERATIVO DEL CAMU CAMU	2
2.1. Diamante de la Competitividad del Camu Camu	3
2.2. Análisis FODA	10
2.3. Visión al 2015	11
2.4. Valores	112
2.5. Objetivos estratégicos	12
2.6. Matriz del Plan Operativo del Camu Camu	13

1. INTRODUCCIÓN

El PERX es un instrumento de gestión cuyo propósito es mejorar la productividad y competitividad de la producción regional y nacional para alcanzar una eficaz penetración en los mercados externos, por lo cual los resultados obtenidos a través de este análisis son de carácter general, es decir obedecen a la realidad competitiva de toda la región con lo cual se define las políticas, objetivos y acciones que permitan mejorar las condiciones exportadoras regionales.

Los Planes Operativos por Productos (POP's) constituyen una herramienta estratégica que define acciones específicas por parte del sector público y privado destinadas a desarrollar la actividad exportadora del producto seleccionado (inicio en la exportación, incrementar los volúmenes exportados y mejorar la calidad de los mismos), lo cual define una marcada diferencia en cuanto al PERX ya que se centra en temas más concretos.

Durante el desarrollo del proyecto se identificó; a través de entrevistas, documentos e información de la región; una serie de productos con gran potencial exportador; dentro de los cuales podemos citar a la madera, camu camu, paiche, piña, y algodón; que forman parte de la canasta exportadora regional. En el presente documento se presentan los POP's de los tres primeros productos con un doble propósito: definir una serie de acciones para incrementar la oferta exportable y plantear una metodología de trabajo para otros productos de la región.

2. PLAN OPERATIVO DEL CAMU CAMU

2.1. *Diamante de la Competitividad del Camu Camu*

La elaboración de este diamante se ha llevado a cabo a través de un análisis cualitativo y cuantitativo, sustentado con fuentes primarias y secundarias. Las fuentes secundarias utilizadas sirvieron para analizar principalmente las características y evolución de la competitividad del camu camu. También fueron consultadas diversas publicaciones y estudios vinculados a su producción.

Las fuentes primarias que se utilizaron para el análisis cualitativo y cuantitativo fueron las entrevistas a empresarios, funcionarios públicos y representantes de la sociedad civil local en general, que luego fueron complementadas con un taller de planificación.

Tomando en cuenta que la comercialización de esta especie se encuentra en estado de formación, tanto en la producción como en su venta y exportación, es importante brindar algunas referencias básicas sobre el camu camu. Es una fruta típica de la Amazonía Peruana, que tiene como propiedad principal un alto contenido de ácido ascórbico, así como niveles muy altos de vitamina C si se le compara con otras frutas, los cuales oscilan entre los 1,800 y 2,800 mg por 100 grs. de pulpa. Asimismo, esta especie brinda 30 veces más vitamina C, 10 veces más hierro, 3 veces más niacina, 2 veces más riboflavina y 50% más fósforo que la naranja. Otros atributos son sus altos elementos fotoquímicos que son de gran utilidad para la salud, principalmente para el tratamiento de la depresión, del stress y en procesos antigripales, convirtiéndolo en un eficaz antioxidante.

DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD DEL CAMU CAMU

GOBIERNO

- + Cultivo declarado prioritario por el Gobierno Regional
- + D.S. 046/99-AG/24-11 oficializa al Camu Camu de interés nacional
- + Acciones del Ministerio de Agricultura para su desarrollo
- Falta de incentivos para generar mayor valor agregado
- Falta un plan de desarrollo para la exportación

ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD

- Se carece de un programa de desarrollo del cultivo
- Esfuerzo impulsado principalmente por el sector público y poca participación del sector privado
- Falta organizar la oferta
- Desconfianza entre los actores
- Escasa institucionalidad gremial
- Débil organización de los productores
- Poco desarrollo empresarial
- Escaso desarrollo de la cadena productiva
- La experiencia exportadora es escasa
- Falta de líderes

CONDICIONES DE LOS FACTORES

Básicos

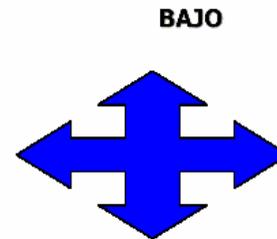
- + Existencia de plantaciones establecidas en 2 ecosistemas
- + Disponibilidad de suelos adecuados
- + Clima óptimo para el cultivo
- + Red fluvial importante
- + Rusticidad y resistencia de la especie a la inundación

ALTO

Avanzados

- + Existencia de tecnología de cultivos asociados
- + Se cuenta con material selecto de alto rendimiento
- /+ Infraestructura vial
- Limitado acceso a financiamiento
- Recurso humano especializado
- Escasa investigación e innovación
- Tecnología de cosecha incipiente

MRDIO/BAJO



INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO

- + Nivel tecnológico medio de producción primaria y secundaria
- + Existen empresas proveedoras de semilla y plántones de calidad
- + Existen servicios de congelamiento de empresas peruanas y japonesas
- No hay oportunidades de capacitación técnica para este cultivo
- Incipientes oportunidades de investigación
- No hay acceso a información de mercados
- Escasa oferta de servicios logísticos y de transporte

MEDIO/BAJO

CONDICIONES DE LA DEMANDA

- + Existe demanda del mercado japonés
- + Potenciales mercados en Europa y USA
- No hay demanda concreta en otros mercados

MEDIO/ALTO



CASUALIDAD

- Fluctuaciones climatológicas
- Cambios en la demanda internacional y precios
- Ingreso de países competidores



a) Condiciones de los factores¹

En relación a los factores básicos, la región Ucayali cuenta con condiciones climáticas y edafológicas favorables para la plantación del camu camu. Es una especie natural de ecosistemas de bosque húmedo tropical característico de la región y se forma a orillas de terrazas aluviales inundables y cochas² de agua negra, localizadas a orillas de los ríos como el Ucayali³.

Su principal zona de producción es Coronel Portillo y en el 2002 su producción alcanzó 153 TM en una superficie cosechada de 143 hectáreas. No obstante estas cifras, existe gran potencial para ampliar la frontera agrícola para la generación de mayor oferta.

De los factores avanzados, es importante tomar nota de la deficiencia que existe en cuanto a la Infraestructura vial, la cual encarece la logística para la producción, transporte y exportación, así como el bajo nivel tecnológico que se relaciona igualmente con la productividad y la rentabilidad. En cuanto al nivel educativo de los productores, se observa que éstos sólo han completado una formación básica. Por lo tanto, hace falta un mayor conocimiento técnico para impulsar un programa de mejoramiento genético, así como técnicas para poder identificar los niveles de ácido ascórbico de las plantas. En lo que a financiamiento se refiere, los productores no tienen acceso al crédito. En la medida que la región no corrija estas carencias, los productores de camu camu de Ucayali no podrán alcanzar un nivel de desarrollo competitivo que les permita competir con éxito en el mercado internacional.

¹ Los factores de producción son clasificados en básicos y avanzados. Los básicos son aquellos elementos que no han sido objeto de algún tipo de modificación dentro del contexto en donde se desarrolla determinada actividad económica, como es el caso de los recursos naturales. Específicamente, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada o semi especializada. Los factores avanzados se refieren a aquellos que han sido creados por el hombre, de acuerdo a las necesidades de éste para hacer eficiente y dinámica alguna actividad económica en función de la capacidad de los mismos. En este caso se refiere a la infraestructura, los recursos humanos altamente especializados y el desarrollo tecnológico y la innovación.

² Nombre común que se da a los lagos y lagunas en la Amazonía.

³ Gobierno Regional de Ucayali. "Plan de Desarrollo Regional Concertado 2004-2010", Agosto de 2004.

b) Estrategia, estructura y rivalidad⁴

Es fundamental promover las organizaciones de productores, ya que estas son prácticamente inexistentes. Esto se debe a que muchos productores de camu camu son independientes y en pocos casos están asociados en comités. Esta forma de asociatividad es fundamental para la consolidación del camu camu, inclusive el de un cluster de productores que contribuya a lograr mayores niveles de rendimiento y calidad. Igualmente hace falta la identificación de líderes empresariales que representen a los actores de esta actividad y faciliten la definición de un plan estratégico para su desarrollo comercial y el de una industria de transformación para las industrias de bebidas y farmacéuticas.

Otra debilidad evidente del camu camu es la atomización de la producción, debido principalmente a que la mayoría de los productores tienen una extensión menor de 2 hectáreas. Por otro lado, el cultivo de esta región se caracteriza por estar conformado en un alto porcentaje de pequeños agricultores, quienes tienen un marcado enfoque de corto plazo y donde se hace poco uso de las herramientas de planeamiento estratégico.

Tomando en cuenta las tendencias del mercado internacional, así como el rechazo por parte del Japón de algunos envíos de pulpa en el 2001, es indispensable que los agricultores tomen conciencia de la importancia de producir camu camu de calidad. Esto requerirá la implementación de sistemas fitosanitarios para el control de plagas, de postcosecha adecuados, así como un plan de manejo de rodales que en su conjunto garanticen un mayor rendimiento del cultivo y una mejora de la calidad.

Pese a estas debilidades, se aprecia una vocación de mejorar las condiciones productivas para la exportación. El problema que enfrentan los agricultores es que la experiencia y conocimiento exportador está primordialmente en manos de ACOPAGRO, razón por la cual hace falta generar las capacidades necesarias para poder incursionar con éxito en dicha actividad.

⁴ Este determinante de la competitividad se refiere al contexto en el que se crean, articulan, gestionan y operan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad entre ellas.

c) Condiciones de la demanda⁵

Dinámica de las exportaciones

El camu camu es una fruta reconocida por sus propiedades vitamínicas que tiene una amplia variedad de presentaciones, en las cuales los extractos, pulpas y concentrados cubren casi la totalidad. No obstante, este producto es relativamente nuevo para el consumidor extranjero y su demanda internacional se circunscribe principalmente a Japón y en menor proporción a Estados Unidos.

Durante el periodo 2000 -2004, el Perú ha exportado, a un nivel de especificidad de 10 dígitos, un acumulado de US\$ 2.1 millones, teniendo como principal mercado a Japón, país que importa el 90% de los envíos de camu camu, el 9% restante se destinó a Estados Unidos y el 1% restante a algunos países europeos. Respecto a las empresas peruanas que acumularon mayores exportaciones en dicho periodo, figura Agroindustrial del Perú con el 49%, Agrícola San Juan con el 30%, y Desarrollo de Cultivos Amazónicos, Amazon Herb y Oro Verde Holdings con 3% cada uno.

Principales productos de Camu Camu exportados por el Perú (1998-Junio 2004) (en USD)									
Partida	Descripción	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Detallado
0602900090	Las demás plantas vivas	0	12,060	0	0	0	0	0	Plantas
0805900000	Los demás agrios, frescos o secos	1	450	100	470	73	0	0	Pulpa fresca, cítrico
0810909000	Las demás frutas o frutos frescos	0	20	0	0	0	0	0	Pulpa
0811909000	Los demás frutos sin cocer o cocidos con agua	63,305	513,810	576,077	6	0	18,681	67,501	Pulpa congelada
0812909000	Los demás frutos conservados	0	558	0	0	0	0	0	Pulpa deshidratada, congelada
0813400000	Las demás frutas o frutos secos	0	0	1	0	0	0	2,464	Pulpa deshidratada
0814009000	Las demás	0	0	0	0	27	0	0	Porteza
0903000000	Yerba mate	0	0	86	0	0	0	0	Té
1106309000	Harina, sémola y trigo de ...	0	0	7,215	19,830	0	0	0	Pulpa deshidratada, polvo
1106309090	N.D.	0	0	0	0	55,637	82,719	21,434	Extracto deshidratado, atomizado
1211909090	Demás plantas	4	0	71	1,023	2,574	78,745	40,661	Harina
1212990000	Demás productos vegetales	2,495	3,515	631	0	0	0	0	Pulpa concentrada, deshidratada
1302190090	Demás jugos y extractos	5	1,780	72	0	0	0	0	Jugo, extracto
1302199090	N.D.	0	0	0	0	4,955	16,658	1,358	Extracto, cápsula, polvo
1704901000	Bombones, caramelos, confites y pastillas	0	32	4	5	1	0	0	Caramelos
2007999100	Confituras, jaleas y mermeladas	0	0	0	48	1,596	0	0	Mermeladas
2008999000	Demás frutas y partes comestibles	180,934	12,250	1	11,622	3,086	3,080	0	Pulpa
2009300000	Jugos de los demás agrios	0	0	0	133	0	0	0	Néctar
2009390000	N.D.	0	0	0	0	509,496	48,240	70,007	Jugo, extracto, congelado
2009801900	Los demás jugos de frutas	5	2,817	103,257	5,252	24,533	18	5,305	Jugos, concentrados
2106902010	Preparaciones compuestas no alcohólicas	0	104	0	53	0	0	0	Bolsas, deshidratado
2106909100	N.D.	0	0	0	0	0	6,624	3,950	Capsulas, pulpa deshidratada
Total		246,749	547,396	687,515	38,442	601,978	254,765	212,680	

Fuente: Aduanas. Elaboración: Malaga-Webb & Asociados.

De acuerdo a información proporcionada por la SUNAT para el 2004, esta región no registró exportaciones de camu camu. No obstante, el 2003 realizó

⁵ Si bien Porter en su explicación del diamante en relación a este determinante está dirigida a la demanda interna, en este caso el análisis se circunscribe al estado actual y a las proyecciones de la demanda externa de los productos identificados como principales, ya que el enfoque del PERX es facilitar el desarrollo exportador de la región.

POP's - Ucayali

ventas al exterior por un total de US\$ 68,792. Dichas ventas fueron destinadas a Japón y realizadas en su totalidad por una sola empresa, Desarrollo de Cultivos Amazónicos. Específicamente, US\$ 50 mil fueron de semilla molida y congelada de camu camu, y los US\$ 18,792 mil restantes de pulpa congelada de camu camu.

Principales empresas exportadoras de camu camu de la Región Ucayali (en USD)		
	2003	2004
Desarrollo de Cultivos Amazónicos	68,792	-
Total Ucayali	68,792	-
Total Nacional	254,764	532,911
% de Ucayali	27%	0%

Fuente: Aduanas. Elaboración: Malaga-Webb & Asociados.

En cuanto a información de la demanda mundial de este producto, es difícil determinarla ya que es un producto desconocido internacionalmente y su nivel de exportaciones es bastante bajo. Sin embargo, se presenta información sobre el derivado de camu camu que más ha exportado el Perú en los últimos 6 años, es decir, la pulpa de camu camu, la cual se encuentra dentro del capítulo de los frutos comestibles sin cocer o cocidos en agua.

Durante el año 2003 las importaciones de este derivado a nivel mundial ascendieron a US\$ 837 millones, con una tasa de crecimiento del 31% con respecto al año 2002. Esto es explicado principalmente por las mayores importaciones de Alemania, Estados Unidos, Francia y Japón, países que en conjunto representan más del 56% de las importaciones totales.

**Principales países importadores de Frutos Comestibles sin Cocer o Cocidos en agua
(en millones USD)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Alemania	160	154	131	139	187
Estados Unidos	76	80	80	92	123
Francia	54	56	44	54	81
Japón	79	77	83	72	79
Holanda	31	30	29	28	47
Italia	27	35	35	31	47
Bélgica	24	25	21	25	34
Reino Unido	27	29	25	31	33
Canadá	20	26	23	26	32
Austria	16	17	14	18	22
Otros	103	112	103	118	152
Total	618	639	586	635	837

Fuente: Centro de Comercio Internacional. Elaboración: Malaga-Webb & Asociados.

Por el lado de la oferta, los principales países proveedores son Canadá y Polonia con 14% y 11% de participación respectivamente. Otros países como EE.UU., China y Bélgica han tenido considerables tasas de crecimiento para el año 2003, lo cual los ha situado en la tercera, cuarta y quinta posición como proveedor a nivel mundial.

**Principales países exportadores de Frutos Comestibles sin Cocer o Cocidos en agua
(en millones USD)**

	1999	2000	2001	2002	2003
Canadá	74	85	79	80	106
Polonia	71	82	52	69	88
Estados Unidos	52	59	51	49	59
China	22	23	28	29	42
Bélgica	24	23	24	28	39
Alemania	20	19	17	21	32
Grecia	22	15	13	25	31
Italia	23	22	20	25	29
Holanda	23	16	13	24	29
Serbia y Montenegro	n.a.	14	13	18	28
Otros	-	208	210	196	300
Total	n.a.	568	522	565	782

Fuente: Comtrade. Elaboración: Malaga-Webb & Asociados.

d) Industrias relacionadas y de apoyo⁶

Se puede afirmar que el desarrollo de la industria del camu camu depende en gran medida de los productores, transformadores y su organización, sin

⁶ En este determinante se toman en consideración aquellos proveedores o industrias vinculadas que complementan el desarrollo y la operatividad de un sector, las cuales tienen que ser competitivos. Específicamente, se refiere a aquellas empresas que suministran insumos, comparten tecnologías comunes, canales de distribución, productos complementarios, clientes y servicios.

embargo, las industrias o servicios conexos cumplen un rol importante en este proceso. Por el lado positivo, precisamente los diversos programas de cooperación técnica ejecutados en Ucayali por agencias de cooperación bilateral y las ONGs, han contribuido significativamente, y continúan haciéndolo, en el desarrollo de esta especie.

En el lado de las deficiencias, existe una carencia de servicios conexos que faciliten la exportación, como un centro de almacenaje en el aeropuerto o terminales de embarque que permitan la cadena de frío después de aforada en caso de retrasarse o cancelarse el vuelo. Asimismo, no cuentan con acceso a información de mercados, oportunidades de capacitación sobre temas vinculados al comercio internacional, servicios de consultoría especializada, de promoción y facilitación de la exportación, así como oportunidades de investigación, entre otros.

e) Gobierno y casualidad⁷

En función a las fuerzas vinculadas al gobierno que determinan la competitividad del sector, se cuenta con un entorno un tanto favorable, ya que el gobierno central a declarado al camu camu como cultivo de interés nacional a través del D.S. 046/99-AG/24-11. Por consiguiente, esto ha generado que el Ministerio de Agricultura destine recursos para impulsar su desarrollo. A nivel regional, el gobierno ha establecido esta especie como cultivo prioritario.

No obstante dichas fuerzas positivas, ni la región, ni el gobierno nacional, cuentan con un plan específico que precise las bases para el desarrollo productivo e industrial del camu camu. Más aun, no se cuenta con una estrategia de promoción dirigida a facilitar la comercialización internacional de esta especie.

En cuanto a la casualidad, se encuentran las fluctuaciones climatológicas que pueden afectar la producción del camu camu. Otras fuerzas de carácter

⁷ Según Porter, los cuatro determinantes de la ventaja competitiva de una nación o actividad económica se complementan con dos elementos adicionales: La influencia del "gobierno" y las incidencias del entorno denominadas "casualidad".

negativa serían los cambios en la demanda y en los precios, así como el ingreso de nuevos competidores al mercado.

Complementando el análisis de competitividad realizado, en la siguiente sección se presenta el análisis FODA desarrollado por los actores regionales en el Taller de Diseño y Elaboración del PERX Ucayali.

2.2. Análisis FODA

A continuación se presenta los resultados del análisis FODA que fueron obtenidos a través del análisis de competitividad y de la realización del taller de planeamiento estratégico llevado a cabo los días 23, 24 y 25 de febrero del 2005 en Pucallpa y validado los días 4 y 5 de abril por los actores regionales.

Fortalezas
F1. El camu camu es un recurso genético amazónico. F2. El camu camu es la mayor fuente de ácido ascórbico orgánico. F3. Hay un banco de germoplasma. F4. La cadena productiva está en proceso de consolidación. F5. Hay una mesa de diálogo en actividad. F6. Hay un proyecto de asistencia técnica y capacitación en camu camu presentado al Gobierno Regional de Ucayali. F7. Presenta propiedades nutraceuticas ⁸ y farmacológicas antioxidantes. F8. Hay tecnología disponible. F9. El cultivo ha sido declarado de interés nacional. F10. Se utilizan suelos inundables.

Debilidades
D1. Se desconoce el paquete tecnológico. D2. Hay capacitación y asistencia técnica limitadas. D3. No hay créditos para mantenimiento del cultivo (03 primeros años de cultivo). D4. Falta consolidar las organizaciones productoras. D5. Falta de promoción al mercado nacional (escasa oferta local). D6. Falta de patentes y marcas. D7. Escasa infraestructura física para la post-cosecha (transporte y cámaras de frío).

⁸ Aquel suplemento dietético que proporciona una forma concentrada de un agente presumiblemente bioactivo de un alimento, presentado en una matriz no alimenticia y utilizado para incrementar la salud en dosis que exceden aquellas que pudieran ser obtenidas del alimento normal"

Oportunidades
O1. Creciente demanda internacional por productos tropicales y orgánicos. O2. Acuerdos internacionales (TLC, ALCA, MERCOSUR, etc.). O3. Incentivos tributarios, para industrias que manufacturan productos no tradicionales, a través de la Ley de Promoción de la Amazonía. O4. Ferias internacionales en Biocomercio – Bionegocios.

Amenazas
A1. La variabilidad de factores climáticos afecta la producción. A2. Presencia de plagas y hongos que aún no se pueden combatir. A3. Peligro constante de la salida de germoplasma a otros países, por falta de una ley que proteja como patrimonio nacional. A4. Zonas de alta convulsión social que incrementan el riesgo de la región.

2.3. *Visión al 2015*

“Al 2015, la región de Ucayali cuenta con cadenas productivas de Camu Camu competitivas y de alto valor agregado que le han permitido lograr el liderazgo internacional por la calidad de sus productos.”

2.4. *Valores*

Se presentan los alcances de cada uno de los valores seleccionados por el grupo que participó en el taller para elaborar el PERX, los que constituyen la plataforma de valores compartidos, entendido como el conjunto de normas, preceptos, patrones políticos, morales y sociales que caracterizan la cultura exportadora de la Región Ucayali, los cuales deben guiar la conducta de los actores involucrados.

- **Honestidad:** Valor que se manifiesta en buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas. Es honesto el que no miente, no roba y no engaña. Este valor es la base para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y credibilidad.
- **Identidad:** Equivale a la identificación con la visión exportadora regional, traducida en una actitud positiva y constructiva.
- **Innovación:** Un cambio que requiere un considerable grado de imaginación y constituye una rotura relativamente profunda con la forma establecida de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad.
- **Responsabilidad:** Valor que significa hacerse cargo de las consecuencias de las palabras, acciones, decisiones y compromisos contraídos. La

responsabilidad tiene efecto directo sobre otro valor fundamental: la confianza. Es un signo de madurez. Es clave para el cumplimiento de planes y acuerdos. Es importante para fortalecer las cadenas productivas.

2.5. Objetivos estratégicos

Objetivo estratégico 1.	Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.
Objetivo estratégico 2.	Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.
Objetivo estratégico 3.	Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financiera en mejores condiciones de calidad y precio.
Objetivo estratégico 4.	Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.

2.6. Matriz del Plan Operativo del Camu Camu

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 1: Rehabilitar y ampliar la frontera agrícola en producción de camu camu.				
Indicador de logro:		Impulsar el desarrollo tecnológico y la investigación para la producción de camu camu.		
Indicador de avance:		Al 2007 se cuenta con 02 estudios de micro-zonificación para el establecimiento de nuevas áreas de cultivo.		
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Elaborar e implementar proyectos de rehabilitación y ampliación del cultivo de camu camu.	Desarrollar una oferta exportable sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2010 se cuenta con 02 proyectos aprobados y en ejecución (500 Ha habilitadas, con 5 toneladas de producción/ha y 3,000 ha instaladas) 	GOREU MINAG INIA IIAP UNU ADIPROCA APCCA
T2	Elaborar un estudio de micro-zonificación para el establecimiento de nuevas áreas de producción.	Incrementar las áreas de cultivo del camu camu.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2007 se cuenta con 02 estudios de micro-zonificación. A fines de 2011 se ha zonificado 3,000 ha para la siembra de camu camu. 	GOREU Dirección Regional de Agricultura INIA IIAP INRENA Asociaciones UNU
T3	Establecer un jardín clonal de plantas plus, seleccionadas o élites.	Tecnificar y mejorar el cultivo del camu camu.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2007 se cuenta con un jardín clonal establecido. A fines de 2010 cada 3 meses hay 1100 plantas para germoplasma. 	INIA IIAP Empresas privadas
T4	Construir viveros volantes para la producción de plantas injertadas de camu camu.	Contar con una infraestructura adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2007 se cuenta con 05 viveros volantes. A partir del 2007 se cuenta con 250,000 plantas/año. 	Empresas privadas SENASA INIA
T5	Establecer convenios interinstitucionales para apoyo técnico, investigación y desarrollo tecnológico.	Viabilizar oportunidades comunes de las instituciones.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2006 de han establecido 5 convenios. 	GOREU MINAG INIA

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 2: Elaborar e implementar un programa de capacitación para el fortalecimiento de las cadenas productivas (producción, gestión empresarial, BPMF).				
Indicador de logro:	Formación de todos los agricultores del camu camu.			
Indicador de avance:	Diseño del programa de capacitación para el primer trimestre de 2006.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	<p>Plan de capacitación al 2010:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Curso taller en producción. 2. Curso sobre control de calidad, marketing y comercialización. 3. Curso sobre organización y gestión empresarial. 4. Seguimiento, monitoreo de las capacitaciones. 	<p>Contar con un programa de capacitación para facilitar el desarrollo y fortalecimiento de la cadena productiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El programa estará diseñado para el primer trimestre de 2006. • Se inicia la implementación a mediados de 2006. • Para el 2010 todos los agricultores habrán recibido la capacitación correspondiente. • A partir de 2007 se inician esfuerzos de monitoreo. 	<p>IIAP GOREU INIA Dirección Regional de Agricultura</p> <p>PRODUCE Gremio de productores Universidades</p>
<i>Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?</i>				
<i>Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?</i>				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 1: Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.				
ACTIVIDAD # 3: Elaborar paquete tecnológico para el camu camu en buenas prácticas agrícolas.				
Indicador de logro:	Fomentar las buenas prácticas agrícolas en el cultivo del camu camu.			
Indicador de avance:	A finales de 2006 se han formado 4 alianzas estratégicas para la elaboración de paquetes tecnológicos.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Realizar alianzas estratégicas interinstitucionales para elaborar paquetes orgánicos.	Impulsar el desarrollo tecnológico y la generación de productos orgánicos.	<ul style="list-style-type: none"> A finales de 2006 se han formado 4 alianzas estratégicas. 	GOREU MINAG INIA DIRCETUR PROMPEX MINCETUR
T2	Formar talleres para exportación con normas de trazabilidad.	Difundir los requerimientos tecnológicos para la trazabilidad del camu camu.	<ul style="list-style-type: none"> A finales de 2006 se tiene identificado los requerimientos para la trazabilidad. A partir de 2007 se realizan talleres de difusión. 	GOREU INIA MINCETUR PROMPEX DIRCETUR
Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?				
Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2: Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
ACTIVIDAD # 1: Realizar estudios de mercado potencial para la exportación de camu camu y derivados.				
Indicador de logro:	Afianzar un conocimiento sólido sobre las reales oportunidades de exportación del camu camu.			
Indicador de avance:	A finales de 2006 se cuenta con dos estudios de mercado.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Recopilación de información para estudio de mercado del camu camu en el exterior.	Facilitar y consolidar el conocimiento del mercado internacional.	<ul style="list-style-type: none"> El trabajo es concluido a julio de 2005. 	PROMPEX DIRCETUR GOREU MINAG ONG's.
T2	Priorizar mercados.	Determinar los mercados de exportación de mayor potencial.	<ul style="list-style-type: none"> A finales de 2005 se han definido los mercados potenciales. 	Cámaras de Comercio DIRCETUR GOREU MINAG PROMPEX
T3	Elaborar estudios de mercado.	Contar con herramientas de trabajo para facilitar la penetración de mercados.	<ul style="list-style-type: none"> A finales de 2006 se dispone de dos estudios. A partir de 2007 se elabora un estudio adicional y se actualizan los existentes. 	PROMPEX DIRCETUR GOREU MINAG ONG's.
T4	Difundir las oportunidades de negocio.	Dotar a los empresarios de información específica sobre oportunidades de exportación.	<ul style="list-style-type: none"> A fines de 2007 los empresarios cuentan con información de mercados internacionales. 	PRODUCE GOREU DIRCETUR PROMPEX Cámara de Comercio
<i>Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?</i>				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2: Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
ACTIVIDAD # 2: Ejecutar misiones comerciales y agendas de negocios internacionales.				
Indicador de logro:	Facilitar la penetración de mercados.			
Indicador de avance:	A partir de 2006 se publica un calendario de actividades relevantes al camu camu para los exportadores.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Elaborar un plan estratégico de promoción del cultivo de camu camu.	Posicionar la oferta exportable en los mercados priorizados.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2009 el camu camu se ha posicionado en tres mercados priorizados. Al 2012 el camu camu se ha posicionado en 6 mercados priorizados. 	DIRCETUR Cámaras de Comercio GOREU PROMPEX
T2	Coordinar con PROMPEX un calendario de actividades promocionales y ferias.	Contar con un calendario priorizado.	<ul style="list-style-type: none"> A partir de 2006 se publica un calendario de actividades para los exportadores. 	DIRCETUR PROMPEX
T3	Promover nuevas transacciones de exportación.	Incrementar las exportaciones de camu camu.	<ul style="list-style-type: none"> En el 2007 hay un incremento de 15% de las exportaciones. A partir de 2008 las exportaciones de Camu Camu se incrementan sostenidamente. 	CERX DIRCETUR GOREU PROMPEX Empresas privadas
<i>Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?</i>				
<i>Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?</i>				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 2: Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.				
ACTIVIDAD # 3: Implementar un sistema integrado de información sobre comercio exterior de derivados del camu camu y fuentes de ácido ascórbico.				
Indicador de logro:	Creación de un sistema de información interconectado y de acuerdo a las necesidades de la región.			
Indicador de avance:	Definición de los componentes del sistema, desarrollo de información básica sobre productos principales y priorización de mercados internacionales al 2006.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Gestionar la firma de convenios para implementar la red de información	Facilitar la creación del sistema de información.	<ul style="list-style-type: none"> Al primer trimestre del 2006 se ha firmado un convenio macro. 	Cámaras de Comercio MINAG DIRCETUR PROMPEX ADUANAS/SUNAT
T2	Ejecutar la implementación de un sistema de información integrado al multisectorial de la región y al SIICEX.	Contar con información actualizada y sistematizada.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2007 se cuenta con el sistema. 	Cámaras de Comercio MINAG DIRCETUR PROMPEX ADUANAS/SUNAT
T3	Difundir la creación del sistema de información entre los agricultores y exportadores.	Mantener informados a los exportadores sobre las tendencias mundiales.	<ul style="list-style-type: none"> En el 2008 el 50% de los exportadores tienen acceso a la información. En el 2010 el 70% de los exportadores tienen acceso a la información. 	DIRCETUR GOREU EXPORTADORES MINAG PROMPEX
<i>Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?</i>				
<i>Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?</i>				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 3: Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomenta el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financiera en mejores condiciones de calidad y precio.				
ACTIVIDAD # 1: Revisar y formular una propuesta de adecuación de la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía Peruana y normas complementarias que permitan el desarrollo de la industria del camu camu.				
Indicador de logro:	Establecimiento de un marco legal promotor del desarrollo exportador del camu camu.			
Indicador de avance:	Revisión y propuesta de enmienda del marco legal vigente al 2007.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Revisar la normatividad vigente relevante.	Determinar la incompatibilidad de la norma vigente.	<ul style="list-style-type: none"> A fines de 2006 se ha revisado la normatividad. 	GOREU Sector público CERX Cámara de Comercio MINCETUR
T2	Aprobar el nuevo marco legal.	Aprobación por el Congreso legislativo y Poder Ejecutivo del nuevo marco legal.	<ul style="list-style-type: none"> A fines de 2006 se ha realizado una revisión completa de la normatividad en todos los aspectos relevantes. Contar con un nuevo marco legal a partir de 2010. 	GOREU CERX MINCETUR MINAG Congreso
T3	Formular propuestas para incentivar la industria del camu camu.	Consolidar una producción con valor agregado del camu camu para la exportación.	<ul style="list-style-type: none"> A inicios de 2007 se cuenta con una propuesta técnicamente justificada y consensuada. 	CERX GOREU MINAG PRODUCE Gremios empresariales
Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?				
Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?				

OBJETIVO ESTRATÉGICO # 4: Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.				
ACTIVIDAD # 1: Difusión de los beneficios de la cultura exportadora.				
Indicador de logro:	Impulsar el desarrollo de la actividad exportadora entre los productores de camu camu.			
Indicador de avance:	Al 2008 el 50% de los empresarios han recibido algún tipo de capacitación sobre comercio exterior.			
TAREAS		METAS	INDICADORES	RESPONSABLES
T1	Capacitar a los agentes económicos involucrados en el cultivo de camu camu.	Generar una conciencia sobre la importancia de la exportación como actividad generadora de riqueza y desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2008 se han organizado 04 eventos por año. 	MINAG INIA Gerencia de Desarrollo Económico Cámara de Comercio DIRCETUR CERX
T2	Ofrecer cursos de comercio exterior a empresarios del sector.	Desarrollar capacidades de exportación entre los empresarios de la región.	<ul style="list-style-type: none"> Al 2008 el 50% de los empresarios han recibido algún tipo de capacitación. Al 2010 la mayoría de empresarios tienen conocimientos sobre comercio exterior. 	PROMPEX GOREU DIRCETUR Cámara de Comercio
T3	Desarrollar foros de intercambio de experiencia entre los agentes productivos.	Promover el conocimiento de casos de éxito como instrumento para generar una cultura exportadora.	<ul style="list-style-type: none"> A partir de 2006 se inicia un programa de intercambios, para luego realizarse anualmente. 	PROMPEX GOREU DIRCETUR Cámara de Comercio
Si desarrollamos todas las tareas y alcanzamos las metas, ¿habremos cumplido con la actividad?				
Los indicadores, ¿nos permiten verificar el avance y logro de las tareas?				