

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Plan Operativo del Producto

POP

OLIVO

Región Tacna



2005

PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO OLIVO

1.1 Aspectos relevantes del producto

- La región de Tacna es el primer productor del olivo a nivel nacional, cuenta con una superficie instalada 5,846 háas, distribuidas en un 90 % en la zona de La Yarada Los Palos.
- Las Provincias de Tacna es la zona donde se produce el Olivo.
- La producción de olivo en el año 2003 en todo el departamento de Tacna fue de 23462 TM.
- El rendimiento promedio en todo el departamento de Tacna es de 6433 Kg/Ha.
- De los 8,676.27 TM exportadas por el Perú en el año 2003 a Tacna le corresponde 4,320.54 TM., lo que representa el 50% del volumen total exportado.
- El 2003 los mercados de destino fueron los siguientes: Brasil 2,846.73 TM, Chile 450 TM, Italia 384.38 TM, Venezuela 262.31 TM y otros (USA, Grecia, España, Colombia, Canadá y Ecuador) 371.53 TM.
- Nuestro principal país de destino es Brasil, seguido por Chile, USA, Venezuela, Italia.
- El precio promedio en chacra del olivo en el año 2003 fue de S/. 0.93 por Kg.
- El precio promedio de las aceitunas conservadas provisionalmente, en el año 2004 con mercado de destino Brasil fue de US\$ 1.18 por Kg. (valor FOB).
- Con mercado de destino a los Estados Unidos fue de US\$ 1.72 por Kg. (valor FOB).

1.2 Diagnostico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Calidad intrínseca reconocida de la aceituna negra, producto diferenciado➤ Se puede dejar madurar en el árbol antes de ser cosechada.➤ Condiciones de suelo y clima favorecen su cultivo.➤ Producto natural por excelencia, de reconocidas características organolépticas.
<p>Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Las zonas de producción se caracteriza por riego por gravedad, con posibilidades de incrementar el riego tecnificado.➤ Existencia de infraestructura vial que conecta las zonas productivas con las de procesamiento.➤ Cercanía a puertos Ilo, Matarani, Arica.

Desarrollo empresarial

- Presencia de asistencia técnica especializada por parte del SENASA, MINAG, Gobierno Regional.
- Control de plagas y enfermedades gracias a adecuados monitoreos por parte de SENASA.
- Asociación de productores en cadenas productivas del olivo.
- Existencia de oferta.

Desarrollo exportador

- Experiencia en la producción y exportación de aceitunas conservadas provisionalmente y rellenas a los mercados de Brasil, Chile, USA, Venezuela.
- Existencia de empresas exportadoras de aceituna de mesa, rellenas, aceite de oliva.
- Empresas exportadoras con tendencias de exportar aceituna con valor agregado (aceitunas rellenas, aceite de oliva y demás derivados).

Sociales

- Existencia de mano de obra.
- Disponibilidad de mano de obra calificada en buenas practicas agrícolas para el cultivo del olivo.
- Generación de empleo productivo en el proceso de producción, acopio, transformación y comercialización.

Articulación empresarial

- Esfuerzos de productores por asociarse en cadenas productivas, y estandarizar la producción, principalmente en la zona de la Yarada.
- Posibilidad de implementar estrategias conjuntas y marcas colectivas.
- Los productores se articulan a la cadena productiva del olivo por medio de los intermediarios o acopiadores, en algunos casos venden su producción directamente al exportador.
- Interés de los productores por una constante capacitación en adecuadas formas de comercialización.

Debilidades

Potencialidades

- Problemas diversos en la cadena productiva, desaprovechando las economías de escala.
- Predominio de las pequeñas parcelas de terreno (minifundio).
- La carencia de huertos o viveros que garanticen plantones certificados de calidad, libres de enfermedades y virus.

Infraestructura y facilitación

- Deficiente manejo de post cosecha, productores con limitada capacidad de procesamiento.
- Carencia de un sistema de control de calidad.
- Falta de infraestructura de procesamiento acorde a las normas técnicas.
- Inadecuado sistema de riego, pocas hectáreas con riego tecnificado.
- Insuficiente financiamiento y capital de trabajo
- Ineficientes programas de exportación.

Desarrollo empresarial

- Desconfianza y competencia mutua entre los productores y comercializadores
- Producción atomizada, minifundio.
- Oferta no estandarizada desarticulada
- Organizaciones débiles de productores.
- Escaso valor agregado al producto
- Falta consolidar marcas colectivas y alianzas estratégicas.

Desarrollo exportador

- Débil cultura exportadora de los productores de olivo.
- Limitada difusión de información sobre demanda del olivo.
- Desconocimiento de los diferentes usos del producto.
- Poco conocimiento sobre la información comercial, tendencias del mercado internacional.

Articulación empresarial

- Débil articulación y asociatividad entre productores y demás miembros de la cadena del olivo.
- Insuficiente articulación a instituciones proveedoras de servicios para mejorar la competitividad de la producción del cultivo del olivo.

Oportunidades

Nacional

- Presencia de áreas con aptitud para la producción de olivo en mayor cantidad y calidad
- Puesta en marcha del Centro de Formación Agraria en Los Palos

Externo

- Aprovechar la creciente demanda internacional del producto, especialmente por el mercado Brasileño y los Estados Unidos.
- Demanda de la aceituna con valor agregado y diversificado (aceituna de mesa, aceite de oliva, pasta, rellena etc.), en crecimiento paulatino y a mejores precios.
- Preferencia por productos orgánicos y con mayor valor agregado.
- La creciente demanda por productos naturales, en especial por los aceites naturales (aceite de oliva) esta en aumento.
- Relativa presencia de la aceituna en mercados internacionales.

Amenazas

Nacional

- Desastres naturales.
- Factores climáticos negativos como el fenómeno del niño.
- Dependencia de asistencia técnica externa por parte de ONG y otras instituciones.
- Factores de riesgos por plagas y enfermedades.
- La intrusión de las aguas del mar, la sobreexplotación, la permanencia de pozos ilegales en la zona la Yarada.

Externo

- Fluctuaciones de precio en mercado internacional.
- Nuevas exigencias de aseguramiento de calidad.
- Rechazo por no cumplir con normas técnicas.
- Incremento de las áreas de producción por otros países que eventualmente tendrá un efecto negativo en el precio de la aceituna y sus derivados.

1.3 Visión al 2013

“Aceituna y aceite de oliva de calidad con variedades selectas y certificadas, de excelente calidad con denominación de origen reconocidas y comercializadas en volumen y precios convenientes, participando en los principales mercados del mundo, manejados con tecnología de punta en todo el proceso productivo, respetando las prácticas ecológicas, permitiendo el bienestar económico de los olivicultores de Tacna”

1.4 Valores

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

- **Solidaridad.** Es un sentimiento de unión y cooperación con otros actores buscando el bienestar de los demás y participando en iniciativas que nos impulsan a contribuir al logro de objetivos. Es importante para fortalecer las cadenas productivas.
- **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.
- **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.
- **Excelencia.** Es el logro de una calidad superior y de resultados óptimos en términos de eficiencia, eficacia y efectividad.
- **Confianza.** Seguridad que se tiene de una persona porque sabemos que en sus actos no existe la ambigüedad o el rebuscamiento, trabaja con intensidad por cumplir con la tarea encomendada, llegar puntual si así fue acordado o guardar un secreto confiado.
- **Transparencia.** Implica la gestión clara, imparcial y ética de los recursos confiados a los actores del proceso así como la rendición de cuentas en forma periódica.
- **Calidad.** Es el grado de perfección con que un producto satisface las expectativas y los requerimientos establecidos para determinar uso o consumo

1.5 Líneas estratégicas

Línea estratégica 1	Mejorar y diversificar la oferta exportable mediante el incremento de la producción del olivo.
Línea estratégica 2	Desarrollar y promover alternativas de transformación, procesamiento y presentación de la aceituna de acuerdo a los parámetros de calidad y las Normas Técnicas.
Línea estratégica 3	Mejorar la infraestructura vial y de comunicación que articulen a los productores con los mercados internacionales
Línea estratégica 4	Desarrollar una cultura empresarial exportadora con organizaciones de productores competitivas.

1.6 Matriz del Plan operativo del Olivo

Plan Operativo del Olivo

Línea estratégica 1: Mejorar y diversificar la oferta exportable mediante el incremento de la producción del olivo.

PROBLEMÁTICA	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INSTITUCIÓN QUE FINANCIA
<p>PRODUCCIÓN</p> <p>MANEJO AGRONÓMICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - No hay viveros ni huertos de fundación que garanticen plantas libres de virus y plantones de calidad. - No existe un paquete tecnológico, presentándose los siguientes problemas: a) No tienen polinizantes adecuados, b) Mala formación de plantas, etc. - Suelos con mucho sodio <p>SANIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limitada actividad de prevención, control y vigilancia del problema fitosanitario en el olivo. - Presencia de plagas (orthezia, barrenillo y magorania) y enfermedades (hongo y virus hoz). <p>SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bajo nivel de implementación de sistemas de gestión de la calidad de campo (Buenas Practicas Agrícolas). <p>COSTOS DE PRODUCCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se maneja cifras estimadas, desconociéndose la realidad por valle y tipo de tecnología aplicada. 	1. Evaluar viveros existentes y huertos de fundación.	SENASA	1 meses	2700	SENASA
	2. Capacitar a los productores sobre los beneficios del uso de plantones certificados.	SENASA/DRA	1 año	4800	SENASA/DRA
	3. Elaborar el paquete tecnológico (densidad de siembra, abonamiento, polinizantes más adecuados y rentables, podas de formación, plan de abonamiento, análisis de suelos por zonas, etc.).	DRA/CFAT/UNJBG	2 meses	3000	DRA
	4. Analizar las tecnologías de manejo de suelos y aguas existentes.	DRA/PERAT-PSI	6 meses	5000	Coop.
	5. Mejoramiento del sistema de riego.	PSI-PERAT/Junta de Usuari	1 año		
	6. Instalar parcelas demostrativas.	DRA/PSI-PERAT/CFAT	6 meses	3000	Coop.
	7. Elaborar un programa de mejoramiento de suelos.	DRA/CFAT/UNJBG	3 meses	5000	Coop.
	8. Realizar un diagnostico situacional de las enfermedades y plagas existentes en los valles olivareros.	SENASA	1 mes	2000	SENASA
	9. Capacitar a los agricultores para el control integrado de las plagas y enfermedades.	SENASA	1 año	4800	SENASA
	10. Realizar campañas de prevención y control.	SENASA	1 año	1500	SENASA/GR
	11. Coordinar la visita de un fitopatólogo – análisis de muestra.	SENASA	1 mes	1200	SENASA
	12. Formular un programa de monitoreo de plagas.	SENASA	1 mes	1200	SENASA/GR
	13. Elaborar un reglamento de cultivo del olivo (propagación, producción, embalaje, transporte).	SENASA	1 mes	1700	SENASA/GR
	14. Cursos de capacitación de BPA's especializados para el cultivo de olivo.	DRAT/MST/SENASA	1 año	6000	Coop.
	15. Instalación de parcela modelo de aplicación de BPA's (La Yarada).	DRA/MST/SENASA	6 meses	7000	Coop.
	16. Culminar y validar el manual de la norma de BPA's aplicadas al olivo.	DRA/MST/SENASA	1 meses	3500	MST CITEAgroind/IICA
	17. Elaborar y determinar los costos de producción.	DRA/PSI-PERAT/Junta de Usuarios	1 mes	1500	DRA

Línea estratégica 2: Desarrollar y promover alternativas de transformación, procesamiento y presentación de la aceituna de acuerdo a los parámetros de calidad y las Normas Técnicas.

PROBLEMÁTICA	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INSTITUCIÓN QUE FINANCIA
COSECHA, POST COSECHA Y PROCESAMIENTO – No existe manejo óptimo de cosecha. – No hay uniformidad en el procesamiento de la aceituna, lo que conlleva una oferta muy variada y de baja calidad (diferentes insumos, tiempo, temperatura, etc.). – Bajo nivel de aplicación de las normas de buenas practicas de manufactura (BPM) y HACCP. – Poca difusión de la norma Técnica Peruana de Aceituna de Mesa.	1. Establecimiento de criterios para el punto optimo de cosecha.	MST/CFAT/DRA	8 meses	2000	MST CITEAgroind.
	2. Capacitación en manejo post-cosecha.	MST/CFAT/DRA	8 meses	3000	CITEAgroind.
	3. Estandarización de procesos.	MST/CFAT/DRA	8 meses	3000	MST CITEAgroind.
	4. Instalación de análisis de alimentos.	MST	6 meses	175000	CITEAgroind.
	5. Instalación de una planta piloto de procesamiento de aceituna y derivados para la investigación y desarrollo (HACCP, ISO, etc.)	MST	6 meses	175000	BID-CITEAgro.
	6. Difundir los sistemas de gestión de la calidad de productos procesados.	MST/DRA/CFAT, PRODUCE-DIRCETUR	1 año	12000	MST CITEAgroind.
	7. Actualizar y difundir la norma técnica peruana de aceituna de mesa.	MST/INDECOPI PRODUCE-DIRCETUR	6 meses	3500	MST CITEAgroind.
	8. Elaborar la norma técnica de aceite de oliva.	MST/INDECOPI PRODUCE-DIRCETUR	1 año	6000	MST CITEAgroind.

Línea estratégica 3: Mejorar la infraestructura vial y de comunicación que articulen a los productores con los mercados internacionales

PROBLEMÁTICA	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INSTITUCIÓN QUE FINANCIA
COMERCIALIZACIÓN - La comercialización es deficiente por el elevado número de intermediarios, existencia de informalidad e incumplimiento de los contratos.	1. Realizar estudios de prefactibilidad para instalar centros de procesamiento y venta de aceituna de mesa.	GR	10 meses	5000	GR/MST/CITEAgroind.
	2. Elaborar un estudio de la comercialización de aceituna en el mercado interno (Partir de estudios realizados por CITE y PERAT)	GR	6 meses	6000	GR/MST/CITEAgroind./Mun./PERAT
	3. Realizar estudios de inteligencia comercial del mercado internacional (Prospección).	PROMPEX/DIRCETUR/MST	3 meses	8000	MST/CITEAgroind
	4. Búsqueda de nuevos mercados.	MST/PROMPEX - DIRCETUR	1 año	30000	Coop.

Línea estratégica 4: Desarrollar una cultura empresarial exportadora con organizaciones de productores competitivas.

PROBLEMÁTICA	ACCIONES	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INSTITUCIÓN QUE FINANCIA
ORGANIZACIÓN - Agricultores desorganizados. - Coexistencia de grandes, medianos y pequeños productores. No existe una organización de productores de olivo a nivel regional representativa. Existe pequeñas asociaciones pero poco representativas.	1. Registrar padrón de organizaciones.	DRA/CARITAS EM	1 mes	1000	DRA/CARITAS
	2. Elaborar y alcanzar una propuesta de estructura de organización.				
	3. Redactar y validar una propuesta de estatuto de la organización.	DRA/CARITAS	1 mes	500	DRA/CARITAS
	4. Definir el apoyo en los aspectos logísticos (local, computadora, etc.).	GR/DRA	1año	2500	GR/DRA
	5. Formación de una organización regional de productores de olivo.	DRA/PERAT/CARITAS	3 meses	4500	DRA/CARITAS

1.7 Monitoreo y evaluación del POP

El proceso de implementación y sostenimiento 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 del Olivo, 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.