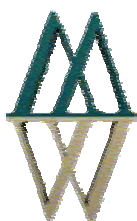


Plan Estratégico Regional Exportador

Región Loreto



Málaga-Webb & Asociados



BG Consulting
Linking two worlds

Junio – 2004

Índice

Plan Estratégico Exportador de Loreto

PRESENTACIÓN.....	3
1. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DEL PERX	5
1.1. Compromiso y acompañamiento a las regiones por parte del Gobierno Nacional	5
1.2. Política de competitividad que soporte la estrategia de exportación.....	5
1.3. Política de desarrollo económico y territorial que apoye la estrategia exportadora regional..	5
1.4. La política de descentralización y las capacidades regionales	6
1.5. Mejor asignación de recursos para implementar la estrategia regional.....	6
1.6. Alianzas regionales para el desarrollo exportador.....	6
2. LOS ACTORES OPINAN	7
3. CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN	8
4. DATOS DE INTERÉS	17
5. RESUMEN EJECUTIVO	18
5.1. Objetivos del diseño de un Plan Estratégico Exportador	18
5.2. El punto de partida.....	19
5.3. Las ventajas de la Región	19
5.4. Las debilidades de la Región	20
5.5. El potencial regional.....	21
5.6. Los productos seleccionados	21
6. EL PERX DE LORETO	22
6.1. Diagnóstico competitivo exportador de Loreto	22
6.2. Visión al 2013	24
6.3. Valores	25
6.4. Objetivos estratégicos.....	25
6.5. Matriz del Plan Estratégico Exportador de la Región	25
7. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO MADERA	35
7.1. Aspectos relevantes del producto.....	35
7.2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva.....	36
7.3. Visión.....	37
7.4. Valores	38
7.5. Líneas estratégicas.....	38
7.6. Matriz del Plan Operativo del Producto: Madera.....	38
7.7. Monitoreo y evaluación del Plan Operativo del Producto	43
8. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO PECES PARA CONSUMO HUMANO.....	44
8.1. Aspectos relevantes del producto.....	44
8.2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva.....	45
8.3. Visión.....	47
8.4. Valores	47
8.5. Líneas estratégicas.....	47
8.6. Matriz del Plan Operativo del Producto: Peces para consumo humano.....	47
8.7. Monitoreo y evaluación del Plan Operativo del Producto	51
9. ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS	52
9.1. Creación de un Fondo Concursable para la Investigación y el Desarrollo del Sector Exportador de Loreto	52
9.2. Estudio de la normatividad sobre aprovechamiento y uso de los recursos naturales.....	53
10. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PERX Y DE LOS PLANES OPERATIVOS DE PRODUCTOS.....	55
11. ACCIONES PENDIENTES Y RECOMENDACIONES.....	55
11.1. Acciones del Gobierno Nacional en apoyo a los PERX.....	55
11.2. Instalación del CERX – Comité de Regional de Exportaciones	55
11.3. Las mesas sectoriales o de producto.....	56

PERX de Loreto

11.4. Instancia Regional de Competitividad	57
11.5. Las mesas transversales	58
11.6. Otros temas del CERX	58
11.7. Las Redes.....	58
ANEXOS.....	59

PRESENTACIÓN

El comercio internacional es generalmente uno de los ejes de desarrollo de cualquier región, país o ciudad. En el 2003 las exportaciones del país fueron de US\$ 8'868.1 millones, que representa un incremento del 15,6% respecto al año anterior. Este dato es más significativo aún si se tiene en consideración que los productos conocidos como tradicionales y los no tradicionales tuvieron tasas de crecimiento similares (15.4%).¹

No obstante lo alentadoras que pueden ser estos montos, el Perú no ha sabido aprovechar todas las oportunidades que ofrecen los Acuerdos de Libre Comercio o el propio ATPDEA. Dicha circunstancia se evidencia en la poca representatividad que tienen las exportaciones peruanas en el mercado de la Unión Europea, APEC, CAN, Chile y Brasil, entre otros.

Esta situación no es ajena a las regiones, las cuales al estar mucho más aisladas del comercio internacional, recién han empezado a participar del mayor dinamismo del sector exportador y a asumir el reto de prepararse para responder a las nuevas oportunidades que ofrece el mercado externo.

En este contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) elaboró las Bases Estratégicas del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2003 – 2013, instrumento que refleja la política de Estado de priorizar las exportaciones, como motor de desarrollo de nuestra economía². Para el ámbito regional, el MINCETUR con el apoyo del Programa de Cooperación Comercial de Suiza (PCC), encargó al consorcio Málaga-Webb & Asociados y BG Consulting, la elaboración de los Planes Estratégicos Regionales de Exportación, PERX, con la firme convicción que el incremento de las exportaciones es una condición sine qua non para el crecimiento de la economía del país en general y de las regiones en particular, al igual que la competitividad de las regiones es una condición para la competitividad del país.

El presente documento además del PERX, incluye el diagnóstico del desarrollo exportador de la Región, su situación económica, el desarrollo empresarial, sus potencialidades, datos de infraestructura, indicadores sociales, entre otros. Este ha sido elaborado con base en las entrevistas realizadas con los actores regionales y al análisis de información secundaria. Se presentan, asimismo, los resultados del Taller de Planeamiento Estratégico realizado en la ciudad de Iquitos, que constituye una herramienta fundamental para los propósitos del trabajo. En esta experiencia participativa se obtuvieron tres productos concretos: el PERX de Loreto y los Planes Operativos por Producto (POP) de la madera y de los peces de agua dulce para consumo humano. Estos instrumentos de gestión incluyen el diagnóstico competitivo según la matriz FODA³, la definición de la visión regional exportadora, la plataforma de valores, los objetivos estratégicos, actividades, responsables e indicadores.

Durante los tres días del Taller en referencia se presentaron los diferentes instrumentos metodológicos, que fueron aplicados inmediatamente por los participantes para elaborar en grupo y en forma sistemática cada uno de los componentes del PERX y de los POP. Estos documentos fueron validados en una reunión de trabajo con los representantes del

¹ Boletín Mensual de Comercio Exterior N° 11-2003, MINCETUR

² Plan Estratégico Nacional Exportador 2003 – 2013. p. 7, marzo 2003, MINCETUR

³ Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

PERX de Loreto

equipo técnico regional en Iquitos el día 4 de junio. En definitiva, los resultados del trabajo son fruto de la participación del gobierno nacional, regional y los agentes económicos de la Región.

1. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DEL PERX

1.1. Compromiso y acompañamiento a las regiones por parte del Gobierno Nacional

Cabe anotar que son varios los factores críticos de éxito que dependen del Gobierno Nacional para que un Plan Estratégico Exportador Regional sea exitoso. En primer lugar, se requiere el compromiso y acompañamiento nacional en las regiones. En este sentido, el Gobierno Nacional debe priorizar la presencia de sus funcionarios con poder de decisión en todas las discusiones del PERX, tanto a nivel político como a nivel técnico. A nivel político, para construir confianza entre las regiones y el Gobierno Nacional y para producir hechos que generen credibilidad en la estrategia nacional y entusiasmo en el esfuerzo regional que se pretende promover. A nivel técnico, para asesorar y orientar a los Gobiernos Regionales en este nuevo tema que en muchas regiones es totalmente desconocido.

1.2. Política de competitividad que soporte la estrategia de exportación

Un segundo factor crítico tiene que ver con el clima para los negocios o la competitividad sistémica. Es fundamental que, *pari passu* al PERX, se desarrolle en el marco de una Instancia Regional de Competitividad una política orientada a promover la competitividad sistémica regional, incluyendo en este concepto el mejoramiento de la infraestructura, de las competencias laborales, de la gerencia, del fortalecimiento institucional y su articulación entre lo nacional y lo regional, de la internacionalización y promoción de las regiones, del financiamiento y del conocimiento en ciencia y tecnología. Los problemas de competitividad que afecten las actividades exportadoras deben ser presentados y considerados por esta Instancia. Si la Instancia Regional no tiene la capacidad de solucionarlo deberá canalizarse el problema al Consejo Nacional de Competitividad (CNC).

En lo atinente a infraestructura vial, fluvial, energética y de telecomunicaciones, las instancias regionales deben tener en cuenta la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura de América del Sur (IIRSA), donde el Gobierno del Perú ha priorizado una serie de proyectos, algunos de los cuales ya se encuentran financiados. En este sentido, las regiones además de tomar como datos estos proyectos, deberán plantear sus propias necesidades de desarrollo de infraestructura en función de la estrategia exportadora de los PERX.

1.3. Política de desarrollo económico y territorial que apoye la estrategia exportadora regional

Siempre en el ámbito de la competitividad sistémica, resulta clave lograr coherencia y sinergia entre los actores regionales que se ocupan del desarrollo económico y territorial y aquellos responsables de la estrategia regional de exportaciones. En este sentido, la Instancia Regional de Competitividad debe incorporar a las Autoridades del Plan Nacional de Ordenamiento Territorial y del Plan de Desarrollo Regional. Con esta incorporación, la Instancia de Competitividad cumple la doble función de, por un lado, buscar la eficacia y la eficiencia en las actividades productivas de la región y, por el otro, el mejoramiento de la calidad de vida y la sostenibilidad ambiental en el entorno en que se realizan las actividades productivas. Con apoyo de las universidades, esta instancia deberá inventariar y clasificar los proyectos existentes en la región y agruparlos en áreas

temáticas y en corto, mediano y largo plazo en función de la disponibilidad de recursos. Este paquete de proyectos de desarrollo regional y de competitividad permitirá identificar los temas críticos de las regiones y dará elementos a los PERX para el desarrollo de la estrategia exportadora.

1.4. La política de descentralización y las capacidades regionales

Un cuarto factor tiene que ver con las competencias y capacidades de las regiones para diseñar sus propios planes de desarrollo y su estrategia exportadora⁴. Si bien la Ley de Bases de Descentralización, la Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales y otras leyes marco⁵ establecen las competencias que les corresponden a los diferentes niveles de gobierno, quedan aún pendientes algunas definiciones relativas al tema fiscal, generación de recursos, acreditación, disposición de activos, incentivos para conformar macroregiones entre otros. Todo ello, sin lugar a dudas, afectará la capacidad de los Gobiernos Regionales para promover el desarrollo exportador en su jurisdicción. Corresponde una intensa difusión de información y capacitación.

1.5. Mejor asignación de recursos para implementar la estrategia regional

Un quinto factor se refiere a la articulación de las competencias y capacidades regionales con las competencias y capacidades nacionales. Sólo una estrecha colaboración y comunicación entre el Gobierno Nacional y las Regiones puede asegurar la sinergia y evitar la duplicación de esfuerzos, de proyectos y la mejor aplicación de los recursos, siempre escasos, para las regiones. En este sentido, nos parece fundamental que el MINCETUR considere designar funcionarios dedicados con exclusividad a la coordinación entre los niveles nacional y regional y que apoyen la implementación de los PERX. Estos funcionarios deberán ser de un nivel directivo y con la suficiente injerencia en la toma de decisiones del gobierno nacional (MINCETUR, MEF-SNIP, MEF-Proinversión, RR.EE-APCI, entre otros).

1.6. Alianzas regionales para el desarrollo exportador

Finalmente, cabe distinguir entre región política, región ambiental y región económica. Desde el punto de vista de la geografía y de la producción, regiones político administrativas contiguas pueden dar lugar a un mismo proyecto de exportación, por lo cual se hace necesario considerar en la estrategia exportadora las múltiples relaciones que pueden existir entre regiones vecinas. Por ello debe preverse la posibilidad de alianzas y de proyectos entre estas regiones cuyo objeto sea el desarrollo exportador, sin que ello vaya en desmedro de la identidad política y territorial de las regiones.

⁴ Otros países han puesto énfasis en cursos de capacitación en gestión de desarrollo regional

⁵ Ley de demarcación y organización territorial, Ley de presupuesto participativo y Ley de promoción de la inversión descentralizada.

2. LOS ACTORES OPINAN

“Un problema principal es la falta de apoyo del Estado para exportar. Las entidades del Estado piden que se realicen demasiados trámites que provoca una pérdida de tiempo, en cambio en otros países tienen más facilidades para exportar”.

*Ka Shu Tong Wong
Gerente General, Arowana Export*

“A pesar de que a los exportadores no se les permite exportar ciertas clases de peces, bajo la excusa de cuidar ciertas especies, a los pescadores artesanales se les deja depredar la masa ictiológica sin ningún control”.

“Otro problema es la resolución 147 de la DIREPRO. Esta resolución establece una lista de peces prohibidos para la exportación, sin embargo, esta lista no ha sido elaborada con criterio técnico. La asociación de exportadores de peces ornamentales AEXPO LORETO solicitó un estudio técnico sobre que especies deberían estar prohibidas, sin embargo, el Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAPP), no ha respondido.

*Edgar Panduro
Gerente de Exportaciones, Ornament Amazon Fish Aquarium*

“Existen problemas con el transporte de insumos. Para la producción de Triplay se necesita pegamento y harina que se compran en Lima. El transporte de los insumos puede demorar hasta 15 días dependiendo de las lluvias y de las condiciones climáticas”.

“Las deficiencias portuarias impiden el desarrollo del sector exportador. De los dos remolcadores que hay en el puerto sólo uno se encuentra operativo, por otro lado, el estado de las grúas es lamentable”

*Ricardo Alvaro Castro
Triplay Iquitos*

“La actividad forestal no tiene legislación, a largo plazo. INRENA va en contra de las instituciones como MINCETUR y PROMPEX, a las que obstaculiza. Trabaja gente inexperta que son el principal obstáculo para crecer”.

*Carlos Fashin Pinedo
Director, Industrial forestal Yavarí*

3. CARACTERIZACIÓN DE LA REGIÓN⁶

La Región Loreto, está localizada en el nor este del territorio nacional, abarca una superficie de 368,852 kilómetros cuadrados (28.7% del territorio nacional). Limita al Nor-oeste con Ecuador, al Nor-este con Colombia y al Este con Brasil. Políticamente está dividida en 6 provincias: Maynas (capital Iquitos), Alto Amazonas (Yurimaguas), Loreto (Nauta), Requena (Requena), Ramón Castilla (Caballococha) y Ucayali (Contamana), las cuales comprenden 47 distritos.⁷

Tiene un clima cálido, húmedo y lluvioso, con una temperatura promedio anual mínima de 22°C y máxima de 32°C, variando excepcionalmente a un mínimo de 17°C algunos días entre junio y julio; y, a un máximo de 36°C entre octubre y enero. La humedad relativa del aire está alrededor de 84 por ciento, con ligeras variaciones. Las precipitaciones pluviales fluctúan entre los 2 000 y 3 000 m.m.anuales.⁸

Cuenta con 173, 557Has de tierras agrícolas, de las cuales únicamente 423Has están bajo riego y el resto se encuentra en seco.

Distribución de Tierras

I.USOS	EXTENSION ha	PORCENT. %
TOTAL DEPARTAMENTAL	3,216,056	100.00%
A. TIERRAS AGRÍCOLAS	173,557	5.40%
Bajo Riego	423	0.24%
En Secano	173,134	99.76%
B. TIERRAS NO AGRÍCOLAS	3,042,499	94.60%

Fuente III Cenagro

El sistema hidrográfico está constituido por una red de pequeñas quebradas, riachuelos y pequeños ríos que van a confluir en vertientes de mayor caudal.

Las cuencas de los ríos Marañón (1,414 km.) y el Ucayali (1,771 km.) confluyen en las cercanías a la ciudad de Nauta, dando origen al río Amazonas (713 km.), el cual va recibiendo tributarios de otras cuencas como la de los ríos Napo y Putumayo (1,380 km.), que se forman fuera del territorio peruano y vienen a desembocar en el gran Amazonas.

La cuenca del río Amazonas es la más grande del mundo, no sólo por su extensión, sino por su caudal y por la riqueza biológica que alberga. En períodos de creciente e inundaciones se produce una alteración de la dinámica fluvial, que termina modificando el curso de los grandes ríos, especialmente el Ucayali, el Marañón y el Amazonas.

Esta red también está conformada por lagos y lagunas, entre los principales tenemos, el lago Rimachi, situado al margen derecho del río Pastaza, con una superficie de 79 km; la laguna Pavayacu, situada al margen derecho del río Marañón, al sur de la

⁶ El documento completo de la caracterización de la Región figura en anexo adjunto

⁷ Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

⁸ Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

PERX de Loreto

desembocadura del río Pastaza, con 10 km. de longitud y la laguna de Quistococha cerca de la ciudad de Iquitos con 210 km².⁹

El Perú es considerado como un país altamente centralizado, lo que condiciona el aporte reducido que cada una de las Regiones hace a la formación de la riqueza nacional. Loreto constituye la décima economía más grande del país después de Lima, Arequipa, La Libertad, Lambayeque, Puno, Ancash, Junín, Ica y Piura. Loreto aporta solo el 3.1% del PBI total.

PBI Regional y Relación (%) con el Nacional					
Año	PBI Regional	PBI Nacional	Regional/Nacional	Variación PBI Regional	Variación PBI Nacional
1995**	3556	107039	3.3%		
1996**	3680	109709	3.4%	3.5%	2.5%
1997**	3810	117214	3.3%	3.5%	6.8%
1998**	3974	116552	3.4%	4.3%	-0.6%
1999**	3831	117646	3.3%	-3.6%	0.9%
2000**	3754	121009	3.1%	-2.0%	2.9%
2001**	3800	121543	3.1%	1.2%	0.4%
2002**	4013	127891	3.1%	5.6%	5.2%

Millones de nuevos soles a precios Constantes (1994=100)

** Estimado por Cuánto

Fuente: INEI

Elaboración Málaga-Webb & Asociados

Los principales sectores que sustentan la economía loreтана son los servicios, la agricultura y energía, que concentraron el 88.5% del PBI regional en el año 2002.

PBI por sectores económicos 1995-2002													
Ica	Total	Agricultura		Pesca		Minería		Manufactura		Construcción		Servicios	
Año	N.S/ Mill.	N.S/ Mill.	%	N.S/ Mill.	%	N.S/ Mill.	%	N.S/ Mill.	%	N.S/ Mill.	%	N.S/ Mill.	%
1995**	3556	292	8.2%	32	0.9%	564	15.9%	266	7.5%	114	3.2%	2288	64.3%
1996**	3680	338	9.2%	22	0.6%	538	14.6%	269	7.3%	112	3.0%	2402	65.3%
1997**	3810	360	9.4%	27	0.7%	520	13.6%	287	7.5%	131	3.4%	2485	65.2%
1998**	3974	464	11.7%	33	0.8%	521	13.1%	254	6.4%	125	3.1%	2577	64.8%
1999**	3831	473	12.3%	52	1.4%	461	12.0%	221	5.8%	107	2.8%	2518	65.7%
2000**	3754	420	11.2%	49	1.3%	426	11.3%	244	6.5%	100	2.7%	2515	67.0%
2001**	3800	447	11.8%	46	1.2%	425	11.2%	250	6.6%	89	2.3%	2543	66.9%
2002**	4013	446	11.1%	49	1.2%	433	10.8%	285	7.1%	125	3.1%	2674	66.6%

Millones de nuevos soles a precios Constantes (1994=100)

** Estimado por Cuánto

Fuente: INEI

Elaboración Málaga-Webb & Asociados

Loreto es la décimo primera Región con mayor recaudación, superada por Lima, Arequipa, Piura, La Libertad, Ica, Cuzco, Lambayeque, Junin, Ucayali y Ancash.

⁹ Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

INGRESOS RECAUDADOS POR LA SUNAT* 2002	
Tipo Impuesto	Recaudación
Internos	75
% Regional/nacional	0.40%
Total Nacional (internos)	18,734

*Millones de soles

Tributos internos: Impuestos a la renta, Producción y Consumo y otros

Fuente: SUNAT

Asimismo los indicadores financieros muestran que la Región ocupa la décimo primera posición en cuanto a colocaciones y la décima tercera en depósitos a nivel nacional, sobre un total nacional de S/. 37,934,049 en colocaciones y S/. 44,936,756 en depósitos.

Indicadores Financieros

Colocaciones (En miles de Nuevos Soles)						
	Banca Múltiple	Cajas Municipales	Cajas Rurales	Edpymes	TOTAL	%
Loreto	180,571	19,123	2,360		202,054	0.53%
Nacional	36,691,398	829,253	239,603	173,794	37,934,049	
Depósitos (En miles de Nuevos Soles)						
	Banca Múltiple	Cajas Municipales	Cajas Rurales		TOTAL	%
Loreto	206,078	17,232	2,394		225,704	0.50%
Nacional	43,990,304	786,965	159,487		44,936,756	

Sunat: Cuadernos Tributarios

Loreto tiene una población estimada en el año 2003 de 916,401 habitantes, lo que equivale al 3.44% del total nacional e implica una densidad de 2.5 habitantes por Km². El 44% de la población vive en la zona urbana mientras que el 56% en zonas rurales. 70% de la población está calificada como pobre. La PEA total estimada al año 2001 es de 382,218, siendo 59.7% varones y 40.3% mujeres.

Población Total Loreto 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y Estimada 2002 - 2003			
Año	Población del Perú	Población de Loreto	% a Nivel Nacional
1940	7,023	294	4.19%
1961	10,420	321	3.08%
1972	14,122	410	2.90%
1981	17,762	516	2.91%
1993	22,639	736	3.25%
2002a/	26,749	907	3.39%
2003a/	27,148	920	3.39%

En Miles

a/ Población estimada al 30 de Junio de cada año.

Fuente: INEI Censos Nacionales de población y vivienda.

Sectores productivos

Pesca

Entre las principales especies para consumo humano se tiene al paiche y los grandes bagres amazónicos (dorado, doncella, torre etc.); así como las especies menores, gamitana, sábalo, corvina y palometa, las cuales se vienen criando también en cautiverio (Piscigranjas).

Las especies ornamentales mejor cotizadas son el tigrinus peruvianus, la arawana, el pez torre y las rayas entre las especies grandes. Asimismo son muy cotizadas especies pequeñas como el Bleeding Heart y una amplia gama de coridoras.

Desembarque de los principales Productos Hidrobiológicos

DESEMBARQUE (t.m.)	2002	2003
Fresco	4,969	5,884
Salpreso	688	751
Seco - salado	2,012	2,122
Boquichico	2,723	3,107
Llambina	1,276	1,159
Zúngaro 1/	510	691
Peces ornamentales 2/	8,248	8,888
Mercado Interno	2,426	1,645
Mercado Externo	5,822	8,243

1/ Incluye achara, cunchimamama, doncella, dorado, manitoa, pintadillo, saltón, tigre

2/ Miles de unidades

Fuente: Dirección Regional de Pesquería de Loreto

Manufactura

Loreto ocupa el décimo lugar en el ranking de manufactura a nivel nacional. Las actividades fabriles descansan esencialmente en tres pilares, representados por la refinación de petróleo y ensamblaje de maquinaria para la extracción de petróleo, la industria alimenticia y la industria maderera.

Las actividades industriales que destacan son el ensamblaje y reparación de bombas y motores para pozos de petróleo, gas carbónico, oxígeno industrial, gaseosas, fideos, envasado de palmitos, ladrillos y hielo.

IQUITOS: ÍNDICE DE VOLUMEN FÍSICO MANUFACTURERO		
Rubro Industrial	2002	2003
Índice General	133	153.7
Embutidos de Chanco	85.7	38.8
Conservas de Palmito	47.5	17
Productos lácteos	133.1	130.2
Pilado de Arroz	141.1	228.6
Alimentos balanceados	104.1	84.4
Productos de panadería	83.7	78.9
Bebidas gaseosas	61.3	69.8
Madera aserrada	362.3	493
Triplay y láminas	105.8	111.7
Periódicos	402.5	366.8
Impresión	35.8	63.2
Refinación de petróleo	141.1	136.2
Oxígeno industrial	155.1	104.5
Ladrillos	66.8	55.5
Accesorios y mallas	227.3	261.7
Mtores para pozos	209.4	265.6
Bombas para pozos	92.1	119.6
Maquinaria informática	32.5	23.4

Fuente: Dirección Regional de Industrias y Encuesta a empresas industriales

Energía

Loreto es el primer productor de petróleo, abarcando el 62.88% del total nacional. El petróleo tiene reservas en la selva que sobrepasan los 190 millones de barriles y cuya producción de crudo alcanza actualmente 29 millones de barriles anuales.

En Iquitos existe una refinería para derivados del petróleo, que tiene entre sus principales productos al petróleo industrial, gasolina de 84 octanos, diesel N°2, turbo A-1 y kerosene.

Existen, además canteras de tierras arcillosas para la industria ladrillera y artesanal, así como canteras de arena con alto contenido de sílice.

LORETO: PRODUCCION DE PETROLEO CRUDO (MB)			
AÑOS	TOTAL DE PETRÓLEO	PETROPERÚ	OXY
1995	28,852	9,776	19,076
1996	28,694	9,556	19,138
1997	27,814	9,742	18,072
1998	27,763	10,173	17,590
1999	24,586	9,811	14,775
2000	22,694	9,331	13,363

Fuente: BCRP

Agrícola

Loreto es la sexta región productora de frijol y la séptima en maíz amarillo duro a nivel nacional. La provincia de Maynas produce frijol, yuca, plátano, limón y naranja; Alto Amazonas arroz y maíz; Requena frijol, yuca, plátano; Loreto y Ucayali plátano y frijol, y finalmente, Ramón Castilla: arroz.¹⁰

Los cultivos permanentes son: palma aceitera, pijuayo, humarí, limón, cacao y palmito. Los cultivos transitorios son el arroz, maíz, yuca, plátano, caña de azúcar y piña. La agroindustria desarrollada en la región comprende actividades como el pilado de arroz, procesamiento de caña de azúcar, procesamiento de alimentos balanceados, embutidos y en menor escala quesos, mermeladas, jaleas y néctares.¹¹ (Fuente: Banco Central de Reserva)

Principales Cultivos de Loreto

AGRÍCOLA	2002	2003
Arroz Cáscara	95,930	104,941
Plátano	342,683	344,712
Yuca	346,924	360,415
Maíz Choclo	36,795	35,308
Frijol G. Seco	4,240	3,616
Frijol Caupi	4,368	5,638
Limón	6,235	6,520
Papaya	5,632	5,840
Piña	23,364	22,970
Caña de Azúcar	161,096	161,829
Maíz Amarillo Duro	59,386	64,343
Aguaje	10,982	11,169
Camu camu	5,298	5,345
Pijuayo Fruto	17,334	18,107
Sandía	12,182	11,801

Fuente: Oficina de Información Agraria - Direcció Regional Agraria de Loreto
Valor Bruto de Producción a precios de 1994

Forestal: Madera

El recurso maderable cubre el 80% del territorio regional y constituye el 57% de la superficie de bosque de protección del país. En la región, 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 y triplay).

¹⁰ Fuente: Plan Concertado de Desarrollo Departamental – Loreto 2002-2011

¹¹ Fuente: Banco Central de Reserva)

LORETO: PRODUCCION DE MADERA 2002 (Metros Cúbicos)		
	Madera Rolliza	Madera Aserrada
TOTAL	179599	61273
Caoba	12172	6431
Cedro	16835	7811
Cumala	77429	40910
Lupuna	49864	

Fuente: Oficina regional de Recursos Naturales de Loreto

Medicina natural

En Loreto crecen con facilidad una amplia gama de plantas silvestres con propiedades curativas. Se conoce que de las 500,000 plantas medicinales registradas en el mundo, el 70% se concentran en América Latina; sin embargo, en el mercado mundial China aporta el 60% de la producción de medicinas naturales.

Las principales plantas nativas de la Región son la uña de gato (refuerza el sistema inmunológico y actúa como desinflamante), el paico y el ojé (se usan para preparar vermífugos y tienen propiedades reconstituyentes), el piri piri (antídoto a la mordedura de víboras), el sanango (propiedades antisifilíticas, es un abortivo y emético), la sangre de grado (empleada como hemostático y astringente), el toe (propiedades narcótico – sedativas), el ayahuasca (empleada para provocar visiones alucinatorias), el yanahuarango (anticonceptivo), el barbasco (veneno utilizado para la pesca y fabricación de insecticidas), el aimaru (tónico y antiespasmódico), la copaiba o bálsamo de pará (para tratar leucorreas, gonorreas, blenorreas y como cicatrizante), el huairuro (propiedades sedativas), la yerba luisa (relajante), entre otros.

Conectividad

A nivel de infraestructura la Región tiene indicadores de conectividad medios con relación al total nacional:

- La red vial de la Región es de 644.4 Km, de los cuales 2.1% se encuentran asfaltados.
- 48.3% de coeficiente de electrificación sobre un promedio nacional de 75%.
- 99,856 KW de recursos energéticos utilizados y 170,361 KW de recursos disponibles.
- 20,338 líneas telefónicas en servicio y una teledensidad ¹²de 2.2 sobre un promedio nacional de 6 por cada 100 habitantes.¹³

Desarrollo Exportador

En el ámbito exportador los sectores más importantes son madera, muebles y pesca, los cuales representaron más del 91% del total exportado.

¹² La teledensidad mide la penetración telefónica.

¹³ Fuente: IPE: La brecha en infraestructura, 2003, pág. 244, OSIPTEL INEI del 2001 e Informe sobre Desarrollo Humano, 2002, PNUD

Principales Sectores Exportadores

Sector	Valor FOB US\$	%
Madera y muebles	25,620,023	86.87%
Pesca	1,622,804	5.50%
Manufactura	1,310,727	4.44%
Agroindustria	886,181	3.00%
Pecuario	37,035	0.13%
Confecciones	13,959	0.05%
Total	29,490,730	100.00%

Fuente: PROMPEX, Ubigeo 2002

*Sobre la base de 94 productos que representan el 99.86% del valor total US\$FOB
Elaboración Málaga-Webb & Asociados

Los cinco principales productos exportados en el 2002 pertenecieron a los sectores madera y pesca.

Principales Productos Exportados y Mercados de Destino

DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	Mercado 1	Mercado 2
MADERA ASERRADA DE VIOLA, MAHOGANY (SWIETENIA SPP.), IMBUIA Y BALSA	México	Estados Unidos
DEMÁS HOJAS P ² CHAPADO O CONTRACHAPADO Y DEMÁS MADERAS SERRADAS LONG. ESPESOR <=6 MM.	Estados Unidos	México
DEMÁS MADERAS CONTRACHAP. Q ² TENGAN POR LO MENOS, UNA HOJA EXTERNA DISTINTA D ² CONIFERAS	México	Venezuela
PECES ORNAMENTALES	Estados Unidos	Hong Kong
TABLILLAS Y FRISOS PARA PARQUES, SIN ENSAMBLAR, DISTINTA DE LAS CONIFERAS	Hong Kong	China

Fuente: PROMPEX, Ubigeo 2002

Elaboración Málaga-Webb & Asociados

PERX de Loreto

De igual manera las principales empresas exportadoras se concentraron en los sectores anteriormente referidos.

Principales Empresas Exportadoras

Empresa	Valor FOB US\$	%
Alpi Rosa S.A.C.	5,001,759	16.94%
Triplay Enchapes S.A.C.	2,938,798	9.95%
Forestal Industrial Yavari S.A.	2,616,092	8.86%
Desarrollo Forestal S.A.C.	2,456,743	8.32%
Consortio Maderero S.A.C.	1,670,641	5.66%
Anaconda Maderas E.I.R.L.	1,192,259	4.04%
Industrial Flores S.A.	1,082,967	3.67%
Industrias Reunidas E.I.R.L.	1,031,023	3.49%
Pacific Coast Lumber S.A.C.	1,020,073	3.45%
Forestamazon S.A.C.	892,294	3.02%
Maderas Peruanas S.A.C.	867,771	2.94%
Industrial Maderera Flores S.A Imaflosa	727,473	2.46%
NCS American Forestal S.A.C.	613,003	2.08%
Industrial Maderera Zapote S.A.	575,439	1.95%
Triplay Iquitos S.A.C.	545,670	1.85%
Exportaciones Amazónicas Nativas S.R.L.T.D.A.	450,661	1.53%
Otros	5,848,615	19.80%
Total	29,531,281	100.00%

Fuente: PROMPEX, Ubigeo 2002

Elaboración Málaga-Webb & Asociados

4. DATOS DE INTERÉS

¿Sabía Ud. que?

- Las principales vías comerciales y de comunicación de la Región son la fluvial y la aérea, lo que significa que no hay forma de llegar por vía terrestre desde Lima a la ciudad de Iquitos.
- Arowana Export se ubicó el año 2003 en el primer lugar de exportaciones de peces ornamentales a nivel regional y cuenta con un pozo para crianza de 7,400 m².
- La empresa Ornament Amazon Fish Aquarium ha sido galardonada con la mejor calidad de peces ornamentales importados a la Comunidad Europea en los años 2003 y 2004.
- El Proyecto presentado al Instituto de Desarrollo Mundial por la empresa Ornament Amazon Fish Aquarium, para tratar de implementar un centro de recepción y distribución en Europa, clasificó entre los diez finalistas.
- La oferta exportable muestra una alta concentración y escaso valor agregado. Así, en lo concerniente a las exportaciones de maderas, tres especies de las 92 que se extraen de los bosques concentran 2/3 de las colocaciones externas y casi el 65% corresponde a madera aserrada
- El 100% de las exportaciones de la empresa "Triplay Iquitos" son compradas por la empresa mexicana "Triplay y Aglomerados Tani", siendo la madera exportada por el Océano Atlántico al puerto de Tampico en México.
- En el año 2002 la empresa "Forestal Agrícola y Servicios del Tigre" se ubicó en el 2^{do} lugar en el sector madera a nivel local, llegando a valores de exportación de 600,000 dólares y para el año 2004 piensan exportar \$ 800,000 dólares. Además, cuenta con aserradero propio, el cual tiene dos cámaras de secado de 25 mil pies tablares cada una.
- "Forestal Industrial Yavari" cuenta con 2 Líneas de aserrado de madera completa, 7 tractores frontales, 3 remolcadores, 2 chatas, 1 línea completa para moldurar, 1 línea completa para hacer Finger Joint. Dentro de cada una, hay una serie de maquinaria para extraer, procesar y vender la madera. Poseen 2 plantas. La primera con 30,000 m² y la segunda con 200,000 m². Esta empresa es una de las pocas que exporta productos con valor agregado, aproximadamente el 70%.

5. RESUMEN EJECUTIVO

Loreto por la configuración geográfica de la Amazonía (dominada por la presencia de grandes ríos y extensos espacios inundables) y la ausencia histórica de inversiones en infraestructura de comunicaciones, genera para el sector productivo una serie de costos muy altos y tiempos extensos en el intercambio comercial y el transporte de carga y de pasajeros. Esta condición ha determinado algunas características de la Región que resulta importante destacar:

- Iquitos, la capital de la Región se abastece por vía fluvial de la mayor parte de los productos alimenticios, insumos y maquinarias que adquiere. El mayor porcentaje llega desde Lima, vía Pucallpa (donde a su vez llegó por carretera).
- Las provincias de mayor desarrollo relativo a nivel poblacional son Maynas y Alto Amazonas. La provincia de Maynas concentraba en 1999 más del 50% de la población censada de la Región.¹⁴
- El ingreso per cápita promedio en Loreto es 25% menor que el nacional y 50% menor que el de Lima Metropolitana. Un poblador ribereño percibe US \$ 750 dólares al año por venta de arroz, yuca, plátano, entre otros.
- Esta Región a pesar de contar con gran potencial por la riqueza de recursos naturales que posee, sólo produce el 3.1% del PBI nacional.
- La estructura productiva de la Región está formada por 99% de micro y pequeñas empresas.
- Cuenta con algunas experiencias de asociatividad como la de la Asociación de Industriales Madereros – Loreto AIMAL..
- La Región tiene un potencial importante para el desarrollo de su biodiversidad y en particular la medicina natural, flora y fauna exótica.

5.1. Objetivos del diseño de un Plan Estratégico Exportador

En este contexto y a partir de una realidad regional particular, los participantes directos e indirectos del Taller de Trabajo realizado¹⁵ coincidieron en establecer que los objetivos del diseño de un plan estratégico regional de exportaciones deben ser, entre otros:

- Poner a todos los actores involucrados a trabajar, los del sector público y privado.
- Incrementar la participación de la Región en el volumen total de exportaciones nacionales.
- Definir las estrategias para lograr dichos incrementos.
- Aumentar la productividad de la Región con el fin de mejorar su competitividad y su crecimiento económico en beneficio de toda la población.
- Institucionalizar una cultura exportadora en la Región a través de la creación de un espacio de diálogo, monitoreo y control que involucre al sector público y privado.
- Establecer las acciones, los indicadores y las responsabilidades de todos los actores, según las prioridades que se definan.

¹⁴ Amazonía Competitiva, Javier García, CEDECAM, Octubre 2002

¹⁵ Para efectos del PERX se efectuó un taller de Planeamiento Estratégico en Loreto; los participantes directos son quienes tuvieron participación presencial en los talleres de trabajo y participantes indirectos quienes a través de las entrevistas realizadas o las encuestas completadas dieron su opinión sobre los alcances del PERX de Loreto.

5.2. El punto de partida

Para la realización del Plan Estratégico Exportador se partió del conocimiento del desarrollo del sector exportador alcanzado por la Región al año 2002:

- La Región Loreto exportó 188 productos diferentes, este total representa el 5.06%% del total nacional. El número de empresas exportadoras de Loreto fue de 106, que representa el 2.28% del total nacional.
- El valor total de las exportaciones fue de US\$ 29,531,281 que representó el 0.39% del total nacional.
- Fue la décimo quinta Región en el ranking de exportaciones a nivel nacional.
- Los principales productos exportados fueron madera aserrada de virola, mahogany (*swietenia spp.*) Imbuia y balsa (64.42%); demás hojas para chapado o contrachapado y demás maderas serradas long. espesor <=6 mm. (5.65%), demás maderas contrachapado que tengan por lo menos una hoja externa distinta de coníferas (5.23%), peces ornamentales (5%), tablillas y frisos para parques, sin ensamblar, distinta de las coníferas (3.03%), demás maderas aserradas o desbastada longitudinalmente, cortada o desenrollada (2.85%).
- Solo 4 productos representaron valores de exportación mayores al 5% respecto del total exportado y 65 más del 0.01% del valor total exportado. El resto de productos tuvo una participación poco significativa en valores.
- Los principales países de destino fueron Estados Unidos (42%), México (40%), Hong Kong (3%), Italia (3%).
- Cinco empresas exportaron el 49.72% del total regional y todas eran madereras.
- Los sectores más importantes a nivel de exportaciones fueron madera y muebles (87.10%) y pesca (5.52%).
- Destacaron, además el sector manufacturero que representó el 4.21% y el agroindustrial con 3%.
- De los seis productos principales de la Región, cinco pertenecieron al sector madera y muebles y uno al pesquero.¹⁶

5.3. Las ventajas de la Región

Loreto ha sido definida por nuestro estudio como una Región tradicional¹⁷ que se caracteriza por tener niveles medios de indicadores de infraestructura, potencialidades, desarrollo exportador empresarial y social.

Como resultado de las entrevistas a empresarios y autoridades se definieron las siguientes ventajas como las más importantes:

- Recursos naturales.
- Volumen Fluvial que favorece a la Agricultura: Sembríos en Barrizales. Agua dulce todo el año para transportar y para dar servicio de agua potable.
- La región cuenta con el aeropuerto internacional Francisco Secada Vigneta
- Existencia de Puerto Fluvial (ENAPU).
- Disponibilidad de Flota Fluvial Privada para carga de pasajeros permanente.- Naviera de Bandera Peruana (Yacupuma).

¹⁶ Fuente: Prompex (Ubigeo Aduanas)

¹⁷ Priorización de las Regiones: Presentación sobre Metodología de Priorización de las Regiones, Málaga Webb & Asociados y BG Consulting, enero 2004

- Banca y Empresas Financieras: Bancos Comerciales, Centros Financieros y Mutuales.
- Ley de Promoción de Inversión y Exoneración de Tributos de la Amazonía Peruana.
- Convenio Peruano-Colombiano y Exoneraciones Tributarias – Ley de Descentralización de los Gobiernos Regionales.
- Centros de Investigación de Flora y Fauna: IIAPP; Instituto Veterinario de Investigación Tropical y Altura, IVITA; Oficina General de Investigación UNAP, OGIN; CONCYTEC

5.4. Las debilidades de la Región

Como resultado de las entrevistas a empresarios y autoridades se definieron las siguientes debilidades como las más importantes:

- Dificultades para acceder al crédito. Por ejemplo, el sistema financiero no canaliza recursos hacia el sector maderero.
- Problemas en la modernización de equipos y maquinaria que dificulta el incremento del valor agregado en los productos lo que reduce los ingresos por ventas.
- Falta de flexibilidad de la SUNAT para entender la problemática empresarial.
- Problemas con INRENA debido a la lentitud de los trámites, además de no brindar facilidades.
- Las empresas están operando al 33% de su capacidad por existencia de maquinarias obsoletas.
- La maquinaria de los puertos es deficiente. De los dos remolcadores que hay en el puerto, sólo uno se encuentra operativo y el estado de las grúas es deplorable.
- Problemas con el transporte de insumos. Para la producción de Triplay se necesita pegamento y harina que se adquieren en Lima. El transporte de los insumos puede demorar hasta 15 días dependiendo de las lluvias y de las condiciones climáticas (caudal de los ríos).
- Amenaza de eliminación de las exoneraciones tributarias (IGV, Renta), lo que haría que muchas empresas quiebren, al no poder seguir operando con los costos que generarían el pago de los nuevos impuestos.
- Desconocimiento por parte de la autoridad de los problemas de la Región. Los funcionarios que van de Lima a Loreto no pasan el tiempo suficiente en la Región como para poder entender la verdadera problemática de la zona.
- Falta la presencia del Estado en la promoción de las exportaciones, sobretudo en la provisión de información.
- Necesidad de ayuda por parte del Estado para la adquisición de maquinaria.
- Vencimiento de los contratos para la explotación de los recursos maderables. Los contratos de explotación vencen en junio del 2004 y no se piensan renovar.
- Problemas con las concesiones forestales a cargo de INRENA. El sistema de contratos para la explotación de madera se ha cambiado por un sistema de concesiones por 40 años. Se permite la participación de empresas transnacionales lo que ha traído malestar a los productores nacionales.
- El sistema de Concesiones requiere de grandes inversiones de capital y mayor calificación, lo que puede dejar de lado a los productores nacionales.
- El tiempo entre la concesión del recurso y la puesta en operación de las empresas es bastante grande, por lo que habría el riesgo de tener un largo periodo sin

explotación de madera. Lo que proponen los productores es ampliar los contratos vigentes que vencen en junio para no tener periodos sin producción. La ampliación que se propone es no sólo por el saldo que les queda del recurso, sino, por su totalidad.

- Incremento de la pesca ilegal de peces ornamentales.
- Faltan centros pedagógicos para capacitar personal de los distintos sectores productivos de la Región.
- Normativa para la admisión de practicantes en las empresas impide formar cuadros.
- Se cuestiona la elaboración de lista de peces prohibidos para la exportación por falta de criterios técnicos.
- Ministerio de la Producción no tiene estadísticas consolidadas de especies de peces, a veces, un mismo pez puede tener varios nombres.
- Existe poca información técnica sobre acuicultura de peces ornamentales.

5.5. El potencial regional

Los sectores y productos más importantes, de acuerdo al desarrollo exportador proyectado por los empresarios y autoridades de la Región, fueron los siguientes:

Los Sectores

1. Forestal
2. Pesquero

Los Productos sugeridos en el Taller

- Camu Camu
- Peces ornamentales
- Madera con valor agregado
- Arroz
- Muebles
- Paiche
- Gamitana
- Flores exóticas
- Artesanía

El sustento técnico y analítico de esta relación se encuentra en el listado de exportaciones realizadas por la Región en el año 2002¹⁸ y la demanda mundial de los productos propuestos.

5.6. Los productos seleccionados

Durante el taller de planeamiento estratégico se seleccionaron 2 productos para elaborar 2 Planes Operativos por Producto (POP).

El equipo técnico regional eligió la madera con valor agregado y los peces de agua dulce para consumo humano, sobre la base de los cuales se trabajaría una metodología para elaborar los Planes Operativos de cualquier producto con potencial exportador de la Región.

¹⁸ Ver el Diagnóstico Regional que forma parte de este documento en el Anexo.

6. EL PERX DE LORETO

6.1. Diagnóstico competitivo exportador de Loreto

Fortalezas
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Recursos naturales.▪ Volumen fluvial que favorece a la agricultura: Sembríos en Barrizales.▪ Agua dulce todo el año: para transportar y dar servicio de agua potable.
<p>Infraestructura y Facilitación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Contar con un aeropuerto internacional (Francisco Secada Vigneta).▪ Existencia de puerto fluvial (ENAPU).▪ Disponibilidad de flota fluvial privada para carga de pasajeros permanente.▪ Naviera de bandera peruana (Yacupuma).▪ Banca y empresas financieras: bancos comerciales, centros financieros y mutuales.▪ Ley de Promoción de Inversión y Exoneración de Tributos de la Amazonía Peruana.▪ Convenio Peruano-Colombiano y Exoneraciones Tributarias▪ Ley de Descentralización de los Gobiernos Regionales.▪ Centros de Investigación de Flora y Fauna: IIAPP; Instituto Veterinario de Investigación Tropical y Altura, IVITA; Oficina General de Investigación UNAP, OGIN; CONCYTEC.
<p>Desarrollo exportador</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Productos con alto potencial exportador (animal-vegetal-petróleo).▪ Se cuenta con tres fronteras: Colombia, Brasil y Ecuador.
<p>Sociales</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Centro de estudios superiores y tecnológicos: UNAP, Universidad Particular de Iquitos UPI, Universidad Alas Peruanas UAP, SENATI.
<p>Articulación empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Asociaciones organizadas con fines comerciales exportables.▪ Representatividad alcanzada por la Cámara de Comercio e Industria de Loreto.

Debilidades
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Débil control del cumplimiento del plan sobre manejo de espejos de agua o recursos ictiológicos.▪ Falta de plan integral de manejo de recursos hídricos.▪ Aprovechamiento básico de los recursos, sólo a nivel extractivo.▪ Ausencia de un plan integral de manejo de bosques.▪ Falta promoción de los productos amazónicos.▪ Carencia de inventario de los recursos.

Debilidades
<p>Infraestructura y facilitación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Carencia de vías de comunicación.▪ Débil servicio portuario.▪ Deficiencias en acceso a los servicios básicos (electricidad, agua y comunicaciones).▪ Insuficiencia de recursos logísticos en el proceso de cadena productivas.▪ Falta de adecuación de la Ley Forestal y de Fauna Silvestre a la realidad regional.▪ Altos costos de transporte.▪ Falta de implementación de la ley de “Promoción a la Amazonía”.▪ Débil apoyo institucional público y privado de soporte a la PYMES.▪ Inexistencia de estudios para el ordenamiento territorial.▪ Ausencia de un Plan de Desarrollo Regional.▪ Carencia de reglamentación para el acceso a recurso genéticos y beneficios compartidos.▪ Escasos recursos financieros en investigación e innovación tecnológica.▪ Falta de estrategias para el acceso a los recursos financieros para el sector empresarial.
<p>Desarrollo Empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Baja capacidad de generación de valor agregado.▪ Escasa inversión en tecnología productiva.▪ Infraestructura de transformación escasa y obsoleta.▪ Débil articulación de Estado, empresas y centros de servicios especializados.▪ Insuficiente desarrollo empresarial orientado a la exportación.
<p>Desarrollo exportador</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Insuficiente oferta exportable.▪ Producción agropecuaria con bajos índices de producción (subsistencia).▪ Carencia de información de oferta exportable regional.▪ Ausencia de un sistema de información e inteligencia de mercados.▪ Débil organización para la comercialización.▪ Concentración de las exportaciones en un solo país.
<p>Sociales</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Política educativa deficiente.▪ Débil capacitación de la mano de obra.▪ Débil capacitación en producción, transformación y comercialización.▪ Falta de cultura exportadora.
<p>Articulación Empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Débil organización en cadenas productivas.▪ Investigación desarticulada a la realidad productiva.

Oportunidades
<p>Nacional</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Próxima firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) con EEUU.▪ Aprovechamiento del eje estratégico del Amazonas.▪ Mayor uso de las transacciones electrónicas y del comercio electrónico.▪ Instituciones internacionales de cooperación científica y tecnológica interesadas en el

PERX de Loreto

desarrollo amazónico.

Externo

- Demanda del mercado de productos amazónicos (alimentos orgánicos, pesca consumo humano, artesanía de madera, medicina natural, animales vivos).
- Tendencia internacional al biocomercio o bionegocio.
- Inversión directa extranjera interesada en invertir en la Amazonía.
- Fondos internacionales para el desarrollo de la Amazonía.
- Ferias Internacionales en biocomercio.
- Demanda de servicios ambientales.
- Protocolo de Kioto, cuyo objetivo es conseguir reducir un 5,2% las emisiones de gases de efecto invernadero sobre los niveles de 1990 para el periodo 2008-2012.

Amenazas

Nacional

- Depredación de los recursos naturales.
- Represalias del centralismo contra la creciente autonomía de Loreto.
- Inmovilización económico social como consecuencia del grave fraccionamiento político.
- Fenómenos climáticos extremos.
- Contaminación masiva de los recursos naturales (Ríos).
- Eventual escasez de generación de energía eléctrica.
- Incremento del centralismo.

Externo

- Involucramiento de Loreto en el problema político-militar en Colombia.
- Que se implemente primero el Eje Amazonas/Putumayo en el contexto del IIRSA.

6.2. Visión al 2013

“La Región Loreto en el 2013 ha incrementado en 1000% del valor de las exportaciones del 2003, con productos y servicios competitivos de alto valor agregado; aprovechando las ventajas competitivas de sus recursos naturales en forma sostenida, con el fin de generar bienestar para la Región”.

6.3. Valores

Los valores deben ser la base sobre la cual los agentes y participantes se involucren con una filosofía y cultura exportadora regional de calidad, competitiva y de excelencia; con el compromiso y seguridad de lograr un crecimiento sostenido que genere confianza en el cumplimiento de las actividades propias de la exportación.

La plataforma de valores que inspira el desarrollo exportador de Loreto se sustenta en:

- **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
- **Identidad.** Equivale a la identificación con la visión exportadora regional, traducida en una actitud positiva y constructiva.
- **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
- **Respeto.** Es el reconocimiento del valor inherente y los derechos innatos de las personas y de la sociedad. Este valor se puede extender a la naturaleza. La falta de respeto y trabajar en contra de las leyes de la naturaleza ocasionan un desequilibrio ecológico.
- **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.
- **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.
- **Concertación.** Es la habilidad para involucrar y comprometer a una persona en un propósito común.

6.4. Objetivos estratégicos

Objetivo estratégico 1.	Fomentar y promover la oferta exportable de bienes y servicios de la región
Objetivo estratégico 2	Consolidar y diversificar los productos regionales en los mercados de destino adecuadamente priorizados
Objetivo estratégico 3	Desarrollar una adecuada infraestructura física y brindar servicios que faciliten el comercio exterior a los agentes económicos
Objetivo estratégico 4	Desarrollar una cultura exportadora y de competitividad
Objetivo estratégico 5	Diseñar e instalar los mecanismos institucionales adecuados para ejecutar sostenidamente la estrategia exportadora

6.5. Matriz del Plan Estratégico Exportador de la Región

PERX de Loreto

Objetivo estratégico 1. Desarrollar la oferta exportable de bienes y servicios de la región

Actividades	Indicadores	Responsables
1.1 Realizar un inventario de los principales productos exportables de la región y diseñar un mapa de ubicación de los productos exportables	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A junio del 2005 se cuenta con un primer inventario y mapa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ CERX ▪ MINAG ▪ PRODUCE ▪ Empresarios
1.2 Priorizar los productos aprovechables para su exportación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seleccionar 6 categorías para elaborar sus Planes Operativos: ▪ 2 planes para diciembre del 2006 ▪ 2 planes para diciembre del 2007 ▪ 2 planes para junio del 2008 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ Gobierno Regional
1.3 Promover la elaboración del plan de manejo integral de los bosques.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con el plan de manejo de bosques. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INRENA ▪ Gobierno Regional ▪ CONAM
1.4 Liderar el diseño de una estrategia para desarrollar la acuicultura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se cuenta con una estrategia elaborada. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ AEXPO ▪ CERX
1.5 Promover la elaboración de un plan de investigación integral que considere la investigación pura y aplicada al sector productivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se ha elaborado el plan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ IIAP ▪ INIAE ▪ UNAP ▪ Cámara de Comercio
1.6 Identificar y diseñar una estrategia para los productos a los que se les puede dar valor agregado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A noviembre 2005 se ha identificado una lista de las seis categorías priorizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ Cámara de Comercio ▪ PROMPEX

Actividades	Indicadores	Responsables
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A enero del 2006 se cuentan con los estudios para desarrollar la estrategia de mayor valor agregado en 6 productos, 2 por cada categoría. ▪ A enero del 2008 se han elaborado los estudios para desarrollar la estrategia de mayor valor agregado en 12 productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INRENA ▪ Gobierno Regional
Promoción de Exportaciones¹⁹		
1.7 Desarrollar una campaña de promoción para productos regionales de exportación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se promocionan por lo menos 2 productos nuevos. ▪ A partir del 2005 se realiza 1 misión comercial específica por año. ▪ A partir del 2005 anualmente empresarios de la Región participan en ferias internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ RREE ▪ Gobierno Regional ▪ PROMPEX ▪ Cámara Comercio ▪ MINCETUR
1.8 Participar en organizaciones nacionales e internacionales de exportadores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 el 20% de empresas que exportan están afiliadas a gremios exportadores nacionales e internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ Gerencia Desarrollo Económico ▪ PROMPEX ▪ MINCETUR
1.9 Elaborar un plan para la promoción de los productos exportables	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A setiembre del 2005 se cuenta con un plan elaborado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ PROMPEX ▪ Cámara de Comercio
1.10 Diseñar un catálogo digital con la oferta exportable regional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con la primera versión del catálogo virtual en internet. ▪ A diciembre del 2004 se expone la oferta exportable regional en al Aeropuerto Internacional de Iquitos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ Universidades ▪ IIAP ▪ Gobierno Regional ▪ Municipalidad ▪ CORPAC
1.11 Implementar plan de difusión de oferta exportable.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con sala de exhibición en el Gobierno Regional. ▪ A partir del 2006 bianualmente se instala 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ CERX ▪ PROMPEX

¹⁹ El CERX Loreto solicito diferenciar dentro del primer objetivo las acciones relativas a la promoción de las exportaciones.

Actividades	Indicadores	Responsables
	<p>réplicas de la exhibición de oferta exportable itinerante en otros países de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de octubre del 2005 se institucionaliza el consumo de productos regionales en todos los actos oficiales. ▪ A partir de octubre del 2005 se forma un equipo creativo para posicionar productos regionales en eventos internacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ RREE ▪ MINCETUR

Objetivo estratégico 2. Consolidar y diversificar los productos regionales en los mercados de destino adecuadamente priorizados

Actividades	Indicadores	Responsables
2.1 Realizar estudios de mercado para las 6 categorías priorizadas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con 2 estudios de mercado. ▪ Al partir del 2006 cada año se deben elaborar y actualizar los estudios de mercado de los productos priorizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ IIAP ▪ Gobierno Regional ▪ Sector Privado ▪ PROMPEX ▪ UNIVERSIDADES
2.2 Desarrollar un sistema de información e inteligencia de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2006 se ha instalado un sistema de información e inteligencia de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ RREE ▪ CESEM ▪ PROMPEX
2.3 Desarrollar campañas de difusión e información de las negociaciones comerciales internacionales en las que participa el Perú	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se ha realizado dos eventos para dar a conocer los alcances del TLC. ▪ A enero del 2005 la Cámara de Comercio de Loreto difunde en un boletín los acuerdos, tratados y negociaciones comerciales en los que viene participando el Perú. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Cámara de Comercio de Loreto. ▪ MINCETUR ▪ RREE ▪ CERX

Actividades	Indicadores	Responsables
2.4 Formar consorcios de productores/exportadores para aprovechar las economías de escala.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2006 se cuenta con un consorcio funcionando. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ AEXPO ▪ Universidades ▪ AIMAL

Objetivo estratégico 3. Desarrollar una infraestructura física y brindar servicios que faciliten el comercio exterior a los agentes económicos.

Actividades	Indicadores	Responsables
3.1 Organizar la oferta exportable.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2006 se cuenta con un consorcio exportador que articula la oferta para reducir tarifas de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ Cámara de Comercio de LORETO ▪ PROMPEX ▪ PROINVERSION ▪ MTC
3.2 Proponer institucionalmente la concesión de Puertos y Aeropuertos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2004 se ha realizado una mesa de diálogo sobre la materia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ Cámara de Comercio de LORETO ▪ PROMPEX ▪ PROINVERSION ▪ MTC
3.3 Proponer institucionalmente la competencia en el transporte aéreo y fluvial.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2005 se ha realizado una mesa de diálogo sobre la materia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Cámara de Comercio de LORETO ▪ PROMPEX ▪ PROINVERSION ▪ MTC
3.4 Elaborar una cartera de perfiles de proyectos orientados a la exportación.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con una cartera de 3 proyectos. ▪ A junio del 2006 se ha iniciado el proceso de 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oficina de Promoción de Inversiones del Gobierno Regional ▪ PROINVERSION

Actividades	Indicadores	Responsables
	promoción de los proyectos a inversionistas privados.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UNAP ▪ CEPS
3.5 Crear Fondos Concursables privados para investigación y desarrollo en beneficio del sector exportador de Loreto.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2006 se ha logrado gestionar ante Organismos de Cooperación Técnica de USA, \$50 000 para la investigación tecnológica. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CONCYTEC ▪ Gobierno Regional ▪ CTI ▪ CERX
3.6 Gestionar mayor presupuesto para investigación y desarrollo en entidades del Estado.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2006 se incrementará en 10% el gasto en el presupuesto en investigación y desarrollo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional. ▪ CERX
3.7 Revisar la normatividad y proponer cambios sobre aprovechamiento y uso de los recursos naturales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con un informe de la normatividad, el cual será difundido a la sociedad civil. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ INRENA ▪ Ministerio de la Producción ▪ MINAG ▪ Empresarios ▪ CERX
3.8 Promover la reglamentación de la ley de acceso a los recursos genéticos y beneficios compartidos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2005 se ha enviado al Gobierno Nacional una propuesta de reglamentación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ INRENA ▪ Ministerio de la Producción ▪ MINAG ▪ Empresarios ▪ CERX

Objetivo estratégico 4. Desarrollar una cultura exportadora y de competitividad.

Actividades	Indicadores	Responsables
4.1 Capacitar a productores y empresarios exportadores en sistemas de aseguramiento de la calidad.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se capacitarán a 50 productores y empresas exportadoras. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PROMPEX ▪ CERX ▪ INIA ▪ UNAP ▪ Gobierno Regional ▪ SENASA ▪ IIAP ▪ Municipalidad

Actividades	Indicadores	Responsables
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cámara de Comercio
<p>4.2 Realizar alianzas estratégicas con empresas transnacionales para intercambiar conocimientos y experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del año 2006 el 10% de las empresas exportadoras lograrán alianzas estratégicas para el intercambio de conocimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ PROMPEX ▪ Cámara de Comercio ▪ Empresarios ▪ Sociedad Nacional Industrias ▪ CERX
<p>4.3 Crear incentivos para los empresarios exitosos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se ha instituido un evento de reconocimiento al exportador exitoso. ▪ A partir del 2005 se ha instituido la semana del exportador. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PROMPEX ▪ Gobierno Regional ▪ CCIL ▪ Municipios ▪ CERX ▪ Universidad
<p>4.4 Aprovechar los proyectos vinculados al comercio exterior existentes en las Universidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se han difundido los proyectos existentes. ▪ A partir del 2007 cinco empresas han logrado implementar cinco proyectos de las Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Universidades y IST ▪ Cámara de Comercio de Loreto ▪ Gerencia de Desarrollo Económico
<p>4.5 Desarrollar una campaña anual de valores en las empresas, universidades y colegios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2005 se cuenta con una campaña de valores. ▪ A enero del 2005 se aplica una encuesta de satisfacción sobre desempeño laboral y clima organizacional. ▪ A enero 2008 se realiza una segunda encuesta y se verifica el 50% de incremento de satisfacción en ambos casos. ▪ A partir del 2005 dos empresas exportadoras han implementado un programa de Derechos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Dirección Regional de Trabajo ▪ Cámara de Comercio ▪ Empresas Exportadoras

Actividades	Indicadores	Responsables
	Humanos (responsabilidad social).	
4.6 Crear conciencia sobre la importancia del comercio exterior a nivel educativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2005 se ejecuta un programa piloto en un centro educativo en comercio exterior. ▪ Al 2008 el 50% de los egresados universitarios de las carreras de transformación y empresariales han sido capacitados en comercio exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Dirección Regional de Educación ▪ PROMPEX ▪ Colegios ▪ Municipios ▪ Parroquias ▪ Institutos Tecnológicos ▪ DIRCETUR ▪ PROMPEX ▪ CESEM ▪ Universidades ▪ CONSORCIOS
4.7 Promover el intercambio de experiencias exitosas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 anualmente no menos de cuatro empresarios y profesionales participan en el programa de intercambio de experiencias de los sectores priorizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ PROMPEX ▪ Empresarios privados ▪ AEXPO ▪ CONCYTEC ▪ AIMAL ▪ A. Madereros
4.8 Diseñar un programa de capacitación en organización y gestión empresarial corporativa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2005 se ha diseñado un programa de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Universidad ▪ CERX ▪ PROMPEX
4.9 Participación en talleres (identificados por productos) de empresarios interesados en asociarse para tener acceso al mercado internacional a través del rol facilitador que juegan las grandes empresas.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2005 se ha formulado un proyecto por rubro (Agroindustrial, Pecuario, Frutícola, Forestal y Acuicultura) con la finalidad de exportar un determinado producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sector Privado ▪ ADEX ▪ PROMPEX ▪ Facilitador: Gobierno Regional

Objetivo estratégico 5. Diseñar e Instalar los mecanismos institucionales adecuados para ejecutar sostenidamente la estrategia exportadora

Actividades	Indicadores	Responsables
5.1 Institucionalizar y formalizar el Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones (CERX).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A julio del 2004 se ha institucionalizado el CERX ▪ Al primer trimestre del 2005 se ha formalizado el CERX. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MINCETUR ▪ Gobierno Regional ▪ CERX
5.2 Aprobar el PERX mediante norma regional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PERX aprobado por norma regional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ DIRCETUR
5.3 Asegurar la participación de las diversas entidades pública y privadas (gremios), así como de los empresarios exportadores.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A los seis primeros meses, se suscribe un acta compromiso multiinstitucional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ CCITL ▪ CERX ▪ Todas las entidades definidas como responsables.
5.4 Elaborar el Plan de Trabajo del CERX	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A setiembre del 2004 el CERX ha aprobado su plan de trabajo anual. ▪ A partir del 2005 se realizan 2 reuniones mensuales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX
5.5 Monitorear y evaluar la implementación del PERX	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tres talleres anuales por sectores y un taller multisectorial. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CERX ▪ ONG's ▪ DIRCETUR

Actividades	Indicadores	Responsables
5.6 Difundir el PERX y sus resultados periódicamente	<ul style="list-style-type: none">▪ A partir del 2005, se realizan 3 programas anuales de difusión masiva.▪ Al primer año, se cuenta con un mecanismo de rendición de cuentas implementado.	<ul style="list-style-type: none">▪ CERX▪ Medios de comunicación.
5.7 Crear una entidad única de exportación de Loreto	<ul style="list-style-type: none">▪ A partir del 2006, se tiene "Loreto Export".	<ul style="list-style-type: none">▪ CERX

7. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO MADERA

7.1. Aspectos relevantes del producto²⁰

- 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

²⁰ La información fue obtenida del plan concertado de desarrollo para Región Loreto.

7.2. 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.▪ 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.

Debilidades
Sociales <ul style="list-style-type: none">▪ Débil articulación con organizaciones ambientalistas que intervienen en las comunidades nativas.
Articulación empresarial <ul style="list-style-type: none">▪ Débil estructura empresarial.▪ Débil articulación entre Estado, empresa y centro de servicios especializados.

Oportunidades
Nacional <ul style="list-style-type: none">▪ Formulación del Plan Estratégico de la madera con valor agregado.▪ Aplicación de la Ley Forestal y del Plan de Manejo de Bosques.
Externo <ul style="list-style-type: none">▪ Existencia de Fondos de Cooperación Internacional.▪ Mercado globalizado sin fronteras.▪ Incremento de mercado internacional de madera amazónica.

Amenazas
Nacional <ul style="list-style-type: none">▪ 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 <ul style="list-style-type: none">▪ Involucramiento de la Región Loreto en el conflicto político militar de Colombia.

7.3. 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”.

7.4. 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.

7.5. 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.

7.6. 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 renovada al 50%. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Industriales ▪ Gremios

Actividades	Indicadores	Responsables
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 mejorar la producción/gestión de las empresas y el diseño de los productos que se derivan de la madera	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se ha elaborado el programa de capacitación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociaciones de ▪ Productores ▪ Universidades e

		<ul style="list-style-type: none">▪ Institutos▪ Cámara de Comercio
4.3 Capacitar en temas de Joint Venture y alianzas estratégicas	<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

7.7. 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.

8. PLAN OPERATIVO DEL PRODUCTO PECES PARA CONSUMO HUMANO

8.1. Aspectos relevantes del producto²¹

- La fauna íctica de la cuenca amazónica es considerada la más rica del planeta, cuyo potencial hidrobiológico cuenta con una biomasa de más de 748 especies identificadas.
- El potencial pesquero en el río Amazonas se ha estimado que presenta un índice de ictiomasa de 61 a 151 Kg/ha en aguas blancas y de 31 a 147 Kg/ha, en aguas negras.
- Entre las principales especies capturadas para consumo humano se tiene al paiche y los grandes bagres amazónicos (dorado, doncella, torre etc.); Entre las especies menores se encuentran la gamitana, sábalo, corvina y palometa, las cuales se vienen criando también en cautiverio (Piscigranjas).
- La producción de pescado en la región se puede apreciar mediante el siguiente cuadro:

DESEMBARQUE (t.m.)	2002	2003
Fresco	4 969	5,884
Salpreso	688	751
Seco-salado	2 012	2,122
Boquichico	2 723	3,107
Llambina	1 276	1,159
Zúngaro1/	510	691
Peces ornamentales 2/	8 248	8,888
Mercado Interno	2 426	1,645
Mercado Externo	5 822	8,243

1/ Incluye achara, cunchimama, doncella, dorado, manitoa, pintadillo, saltón, tigre

2/ Miles de unidades

Fuente: Dirección Regional de Pesquería de Loreto

²¹ La información fue obtenida del Plan Concertado para la Región de Loreto.

8.2. Diagnóstico competitivo de la cadena productiva

Fortalezas
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Terrenos con características aptas para la acuicultura.▪ Fuentes de agua sin contaminación.▪ El más grande y caudaloso río del mundo.▪ Clima propicio para el desarrollo de la acuicultura.▪ Biodiversidad.▪ Disponibilidad de especies para el desarrollo acuícola.▪ Diversidad de espejos de agua dulce. <p>Infraestructura y facilitación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Aeropuerto Internacional para el transporte y exportación.▪ Disponibilidad Política. <p>Desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Se posee un banco de Germoplasma. <p>Sociales</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Existencia de programas orientados a la promoción de la acuicultura.▪ Existencia de centros de producción de alevines. <p>Desarrollo Exportador</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Preferencias arancelarias.

Debilidades
<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Insuficiente producción de semillas.▪ Mal manejo del alimento para los peces. <p>Infraestructura y facilitación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ No se dispone de energía eléctrica a costos competitivos.▪ Limitadas oportunidades de crédito.▪ Precaria y en algunos casos inexistente plataforma logística.▪ Inexistencia de una planta de procesamiento primario.▪ Inexistencia de una planta procesadora de alimentos balanceados.▪ No existen muelles con conexión internacional directa.▪ No existen plantas de procesamiento para el consumo interno ni habilitadas para exportar.▪ No existe una cadena de frío.▪ Trámite burocrático para la formalización de la actividad acuícola. <p>Desarrollo empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">▪ La actividad acuícola regional tiene un desarrollo artesanal.▪ Limitado conocimiento de la actividad acuícola de la región.▪ No existe experiencia en el procesamiento, preservación, elaboración y manipulación de productos hidrobiológicos.

Debilidades

Desarrollo exportador

- Escasa promoción del producto en el mercado internacional.
- Falta identificar el nicho de mercado para el producto.
- No existen lineamientos de desarrollo de la acuicultura a corto y largo plazo.
- No existe un adecuado manejo sustentable de los peces.
- Desconocimiento de las especies en el mercado internacional.
- Falta de experiencia en la exportación de productos acuícolas y de conocimiento del mercado internacional.

Sociales

- Poca investigación acuícola.
- Insuficiente capacitación y asistencia técnica a los acuicultores.
- Desconocimiento de la población acerca de la acuicultura.

Articulación empresarial

- Inexistencia de organización para el desarrollo de la oferta productiva.
- Poca capacidad de gestión por parte de los productores acuícolas.
- Falta de una aptitud empresarial de los acuicultores orientada a la exportación.

Oportunidades

Nacional

- Oportunidad de producir Paiche con alimento vivo (especies forrajeras) y alimento balanceado.
- Calidad reconocida de la carne de las especies Paiche y Gamitana.

Externo

- Existe interés por los productos de la región.
- Posicionamiento geográfico para el acceso al mercado de EEUU.
- Incremento de la demanda mundial por productos pesqueros y acuícolas.
- Tratados comerciales con las principales economías.
- Fondos provenientes de la cooperación internacional para el desarrollo acuícola.
- Cambios en las preferencias y gustos del consumidor del pez de agua salada, al pez de agua dulce.
- Ser miembros del APEC.
- Interés del mercado internacional por el Paiche y la Gamitana.
- Tendencias del mercado internacional por los peces continentales cultivados.

Amenazas

Nacional

- Ausencia de lluvias.
- Permanente inestabilidad político-social.
- Poca seguridad en los centros de cultivo.
- Contaminación de las fuentes de agua por el desarrollo urbano e industrial.

8.3. Visión

“Loreto al 2013 se consolida como una región líder en la producción y exportación de productos con valor agregado en base al Paiche y la Gamitana”.

8.4. 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.

8.5. Líneas estratégicas

Línea estratégica 1	Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción de peces.
Línea estratégica 2	Desarrollar una estrategia para la consolidación de los peces comestibles en los mercados internacionales.
Línea estratégica 3	Mejorar los servicios para posicionar a los peces comestibles de la región en los mercados internacionales.
Línea estratégica 4	Desarrollar una cultura exportadora y por la competitividad entre los productores de peces comestibles.

8.6. Matriz del Plan Operativo del Producto: Peces para consumo humano

Plan Operativo del Producto Peces para Consumo Humano

Línea estratégica 1. Mejorar la oferta exportable mediante el incremento de la producción y rendimiento de los peces comestibles.

Actividades	Indicadores	Responsables
1.1 Declarar la acuicultura como actividad de desarrollo económico de la región	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En agosto del 2004 se ha aprobado la Ordenanza Regional que declara de interés regional el desarrollo de la actividad acuícola. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional
1.2 Desarrollar un programa para tecnificar las actividades acuícolas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se ha elaborado un programa de tecnificación y modernización de las actividades acuícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DIREPRO ▪ FONDEPES ▪ FONCODES ▪ IIAP ▪ UNAP
1.3 Promover la organización y formación de un consorcio de productores acuícolas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A febrero del 2005 se ha organizado un consorcio de las empresas vinculadas a la actividad acuícola. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Sector Privado
1.4 Elaborar Perfil de PIP de planta	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se cuenta con un Perfil del Proyecto. ▪ Al primer trimestre se promociona el perfil de proyecto entre inversionistas privados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ Oficina de Promoción de Inversiones de la Región ▪ PROINVERSIÓN
1.5 Promover la producción de semillas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del año 2006 se ha instalado un HACHTERY o laboratorio que produzca alevinos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ PRODUCE ▪ Sector Privado
1.6 Desarrollar un programa de capacitación de procesamiento, elaboración y manipulación del producto hidrobiológico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de junio del 2005 se ejecuta el Programa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ITP ▪ DREPO

Línea estratégica 2. Desarrollar una estrategia de penetración de los peces comestibles en los mercados internacionales.

Actividades	Indicadores	Responsables
2.1 Elaborar un estudio del producto-mercado: mercados europeos y norteamericanos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de enero del 2005 se cuenta con un Perfil de mercado de Paiche y Gamitana para la Unión Europea. ▪ A partir de julio del 2005 se cuenta con un Perfil de Mercado de Paiche y Gamitana para Norteamérica. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Banco de ideas de la Universidad del Pacífico. ▪ Gobierno Regional. ▪ PROMPEX.
2.2 Elaborar un programa de promoción del producto en mercados extranjeros	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir de junio del 2005 se cuenta con un programa y un sistema de información y difusión de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ PROMPEX

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

Actividades	Indicadores	Responsables
3.1 Adecuar planta de UNAP DIREPRO y HACCP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2005 se cuenta con una planta operativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DIREPRO ▪ UNAP ▪ FONDEPES ▪ ITP ▪ Sector Privado
3.2 Diseñar programas para la implementación de la cadena de frío, así como la construcción de la infraestructura necesaria.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 de cuenta con un programa para la implementación de la cadena de frío. ▪ Al primer trimestre del 2005 se promueve el programa al sector privado. ▪ A fines del 2005 se inicia la implementación del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ IIAP ▪ FONDEPES ▪ PRODUCE. ▪ ITP ▪ Oficina Regional de Promoción de Inversiones
3.3 Difundir la Ley del Procedimiento Administrativo General (principios y normas de simplificación)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A setiembre del 2004 la pagina web del gobierno regional difunde los principios de la simplificación administrativa. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gobierno Regional ▪ Municipalidad ▪ Gerencia de Desarrollo Económico

Actividades	Indicadores	Responsables
administrativa).		
3.4 Continuar con el programa de titulación de tierras y saneamiento de títulos de propiedad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al 2006 se tiene el 100% de titulación de tierras listas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ COFOPRI ▪ PETT
3.5 Promover proyectos de desarrollo de fuentes alternativas de energía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A diciembre del 2004 se ha elaborado un perfil de proyecto de fuentes alternativas de energía para la Región. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ Ministerio de Energía y Minas

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

Actividades	Indicadores	Responsables
4.1 Desarrollar un programa de investigación del Paiche y Gamitana	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A fines del 2005 se cuenta con un programa de investigación de Paiche y Gamitana. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UNAP ▪ IIAP ▪ DIREPRO ▪ CONCYTEC
4.2 Desarrollar un programa de capacitación al Acuicultor en técnicas de producción, comercialización y exportación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A partir del 2005 se inicia un programa de capacitación en cada una de las provincias de Loreto. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ DIREPRO ▪ FONCODES ▪ IIAP
4.3 Promover la ejecución de un programa de asistencia técnica a acuicultores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al año 2007, el 30% acuicultores han sido beneficiados ▪ Al 2013, el 100% ha sido beneficiado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IIAP ▪ Gerencia de Desarrollo Económico ▪ FONDEPES

8.7. 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 peces para consumo humano, 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.

9. ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS

A continuación se presentan los Términos de Referencia de dos estudios complementarios identificados durante el desarrollo del taller.

9.1. Creación de un Fondo Concursable para la Investigación y el Desarrollo del Sector Exportador de Loreto

Objetivo

Elaborar una propuesta para la creación e implementación de un Fondo Concursable para la investigación y el desarrollo del sector exportador de Loreto.

Justificación

Durante el taller para la “Elaboración y Diseño del Plan Estratégico Regional de Exportaciones (PERX)”, un punto central de discusión fue la necesidad de generar una cartera de proyectos destinados a promover el desarrollo y el crecimiento de las exportaciones de Loreto. Sin embargo, un punto crucial para el desarrollo y ejecución de estos proyectos lo constituye el financiamiento.

Toda vez que los recursos públicos son escasos y que su uso va dirigido principalmente a la atención de programas y proyectos sociales destinados a superar la pobreza, es difícil proponer un financiamiento de proyectos productivos con fondos públicos.

Es por ello que los participantes en el taller propusieron como una actividad del objetivo “*Desarrollar una infraestructura física y brindar servicios que faciliten el comercio exterior a los agentes económicos*” del PERX, la creación e implementación de un fondo concursable con recursos del sector privado destinado a financiar proyectos de investigación y desarrollo que potencien las exportaciones de la región.

Alcance

La propuesta para la creación del fondo tiene dos etapas consecutivas:

- a) Estudio de factibilidad
- b) Propuesta de creación

a) Estudio de factibilidad: Realizar un estudio sobre la viabilidad de constituir un Fondo Concursable con recursos del sector privado en la Región Loreto, el cual deberá identificar: las ventajas y los principales problemas para su constitución y proponer las acciones para su solución, mecanismos de financiamiento y posibles organizaciones y entidades que puedan participar en su formación.

Los resultados del estudio determinarán la creación o no del fondo, lo cual condicionará la elaboración de la propuesta de creación.

b) Propuesta de creación.

La propuesta del Fondo Concursable deberá contener los siguientes aspectos:

- Estructura y organización
- Estatutos

- Mecanismos de financiamiento
- Propuestas de áreas de apoyo, tales como:
 - ✓ Financiamiento de proyectos autogestorarios
 - ✓ Financiamiento de servicios especializados
 - ✓ Financiamiento de bienes de capital
 - ✓ Financiamiento de gerencia profesional
- Definición de montos y porcentajes de apoyo
- Identificación de la población objetivo
- Condiciones y mecanismos para postular al fondo
- Criterios de evaluación de los proyectos
- Señalar las exclusiones para el acceso al financiamiento

Duración

La consultoría tendrá una duración estimada de 6 meses

Perfil del consultor

- Ing. Industrial, Economista o Administrador de Empresas, con especialización en finanzas.
- Acreditar conocimiento en mecanismos de financiamiento de proyectos productivos y de investigación en particular de fondos concursables.
- Experiencia en el diseño de proyectos para el desarrollo del sector exportador y proyectos productivos.
- De preferencia con experiencia en entidades financieras.

9.2. Estudio de la normatividad sobre aprovechamiento y uso de los recursos naturales

Objetivo

Revisar y analizar la legislación existente sobre aprovechamiento y uso de los recursos naturales a fin de proponer nuevas regulaciones, modificaciones y derogaciones de las normas correspondientes.

Justificación

La Región Loreto cuenta con una gran diversidad de recursos naturales, cuya explotación se encuentra regulada por diversas leyes y reglamentos destinados a asegurar la sostenibilidad de los recursos y evitar su depredación. Sin embargo, durante el taller para la elaboración del “Plan Estratégico Regional de Exportaciones” los participantes señalaron que algunas de estas disposiciones no se fundamentaban en estudios técnicos y que en algunos casos la legislación presentaba contradicciones e incoherencias.

Por ello se consideró conveniente incluir como una actividad del tercer objetivo estratégico del PERX, la revisión y análisis de la legislación sobre aprovechamiento y uso de recursos naturales y otras normas conexas.

Alcance

- La consultoría deberá comprender la revisión de leyes, reglamentos y otras disposiciones de menor jerarquía vinculadas a:
 - Recursos forestales
 - Areas naturales protegidas
 - Fauna silvestre y flora
 - Diversidad biológica
 - Recursos hídricos
- El estudio deberá identificar las superposiciones, contradicciones o vacíos existentes en la legislación anteriormente señalada.
- Realizar un análisis comparativo de legislación de otros países con similares recursos naturales y diversidad biológica.
- Elaborar un mapa con las entidades públicas y privadas vinculadas al objeto del presente estudio y sus principales funciones.
- Proponer las modificaciones, derogaciones y regulaciones necesarias.
- Realizar una presentación al Comité Ejecutivo Regional de Exportaciones y otras autoridades regionales.
- Entregar tres versiones del estudio y una versión digital.

Duración

3 meses

Perfil del consultor

- Abogado, con maestría en derecho constitucional o medio ambiente o similar.
- Con experiencia en la revisión y elaboración de legislación del medio ambiente y recursos naturales.
- Conocimiento de los tratados y convenios internacionales de preservación del medio ambiente, biodiversidad y de aprovechamiento de recursos naturales.
- Con experiencia en entidades del sector público vinculadas a la protección y regulación de la explotación de recursos naturales.
- Acreditar la realización de estudios similares en el Perú u en otros países.

10. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PERX Y DE LOS PLANES OPERATIVOS DE PRODUCTOS

Al inicio, el proceso de implementación y seguimiento del PERX y los Planes Operativos de Productos estarán a cargo del equipo técnico regional, cuya estructura organizacional brindará soporte y seguimiento a todas las acciones estratégicas contempladas. Cuando esta instancia organizativa de paso al Comité Exportador Regional, CERX, entonces éste asumirá esta función.

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 de los planes de acuerdo a los indicadores establecidos. En estas sesiones se propondrán los ajustes que fueran necesarios para cumplir con la visión exportadora regional y la de los productos. En los anexos se muestra el esquema para efectuar el monitoreo y evaluación de los instrumentos de gestión elaborados y validados.

11. ACCIONES PENDIENTES Y RECOMENDACIONES

Con la elaboración del PERX se inicia un proceso de mediano y largo plazo destinado al crecimiento de las exportaciones regionales. Para asegurar la continuidad del PERX se ha considerado conveniente en esta sección introducir una serie de recomendaciones que deberán ser evaluadas por las distintas instancias de gobierno y las acciones pendientes requeridas para asegurar la institucionalidad exportadora regional.

11.1. Acciones del Gobierno Nacional en apoyo a los PERX

Teniendo en cuenta que se presentan muchas deficiencias que son comunes a todas las regiones, se recomienda al Gobierno Nacional recoger y apoyar la solución de estos cuellos de botella. Los más evidentes son los que tienen que ver con sistemas de información de mercados internacionales, capacitación en comercio exterior, donde el MINCETUR o PROMPEX pueden retomar y suplir esas necesidades. Así mismo, se debe realizar una inducción por parte del MINCETUR a las regiones en cuanto al tema de cadenas productivas y metodología de clusters. También cabe señalar los problemas relativos al acceso al crédito, mecanismos que el Gobierno Nacional debería afinar para ofrecer a las PYMES alguna solución de acceso al capital de trabajo y al crédito para desarrollar proyectos vinculados a los productos señalados por el PERX.

11.2. Instalación del CERX – Comité de Regional de Exportaciones

Esta instancia podría ser presidida por el sector privado y tendría por objetivos fortalecer las capacidades de la comunidad empresarial frente a la demanda internacional, mediante el desarrollo de actividades regionales que garanticen la orientación de la región hacia los mercados internacionales y el fortalecimiento de la cultura exportadora. Su liderazgo, iniciativa y gestión son críticos para el éxito del PERX.

El CERX se constituiría en el interlocutor de la región con el Gobierno Nacional y es quien diseñaría y operaría el PERX; canalizaría las diferentes inquietudes a los responsables, presentaría los proyectos de las mesas de producto y buscaría financiamiento. Asimismo, sería el responsable de monitorear el cumplimiento de los

objetivos del PERX y que estos sean tenidos en cuenta por el Plan de Desarrollo Regional, pero además haya coherencia entre el Plan de Ordenamiento Territorial y el desarrollo de las actividades productivas; serviría también de apoyo a los objetivos del MINCETUR y PROMPEX en la región, en particular en la promoción de una cultura exportadora y en la difusión de la información comercial, del sistema de inteligencia de mercados y de las oportunidades comerciales, identificaría y difundiría las oportunidades de inversión en la región al gobierno central y a la comunidad internacional.

Integrarían el CERX todas las empresas, universidades, instituciones de servicios y entidades de los gobiernos regionales y distritales que deseen impulsar la actividad exportadora de la región. Contaría con un órgano ejecutivo que podría denominarse Secretaría Ejecutiva.

La Secretaría Ejecutiva tendría por principal función el diseño y ejecución de un Plan de Acción y estaría conformada por los empresarios líderes de la región, con trayectoria exportadora o con potencial exportador, un representante de la Cámara de Comercio de la capital regional, dos representantes de gremios (si los hay) y un representante de las universidades de la Región, cuya institución haya sido designada por el MINCETUR como coordinadora regional para promover la educación en negocios internacionales. Por parte del sector público regional asistirá la máxima autoridad regional (quien podrá delegar en su gerente de desarrollo económico) y otros directores generales vinculados con la actividad exportadora. Los alcaldes distritales podría participar en calidad de miembros honorarios. Los miembros de la Secretaría Ejecutiva serían designados por el Gobierno Regional mediante resolución y se constituirían en el interlocutor regional con el MINCETUR. El CERX debe ser presidido por uno de los empresarios más destacados de la región, con capacidad de liderazgo y convocatoria.

Se debe resaltar que la participación y liderazgo del sector privado es crítica en este tipo de estrategias. Los Gobiernos nacional y regional lo que hacen es poner a disposición del sector privado su voluntad de facilitar un marco de cooperación proactivo al PERX. Pero son los empresarios quienes deben proponer proyectos, planes y estrategias y aprovechar este contexto.

El CERX desarrolla un Plan de Acción en dos ámbitos: el PERX y el Plan de Acción en materia de Competitividad.

11.3. Las mesas sectoriales o de producto

El PERX se debe concretar en mesas sectoriales que están constituidas por empresarios de los productos que el PERX identificó (ej: madera con valor agregado y peces comestibles). Las mesas de producto tienen como objetivo fortalecer las cadenas regionales y los clusters respectivos, evaluar los inconvenientes e ineficiencias que se presentan en la cadena y el cluster con el objetivo de formular posibles soluciones (proyectos). A esta mesa asisten los diferentes eslabones de la cadena productiva, los representantes de los sectores de apoyo del cluster (embalaje, sanitario, etc) y los funcionarios del sector público que tienen que ver con las ineficiencias y problemas detectados. La mesa es liderada por un empresario (el empresario líder del producto que se trate).

Las mesas son convocadas por el sector privado, aprueban su reglamento y su plan de trabajo. La primera etapa consiste en definir el producto y su estrategia²².

A partir de esta decisión, se debe construir una visión compartida de la cadena productiva (del cluster si es el caso) y elaborar un diagnóstico en cuanto a problemas e ineficiencias de la cadena (o cluster). Elaborado ese diagnóstico se construye una matriz de compromisos donde se asignan claramente los responsables de cumplir los, pues habrá problemas que competen a los empresarios y problemas que competen al gobierno nacional o al gobierno regional. Esta matriz da lugar a un acuerdo de competitividad entre los diferentes actores públicos y privados que es suscrito por las máximas autoridades: MINCETUR, Gobierno Regional, gremio o empresarios del sector. El cumplimiento de estos compromisos suscritos en el Convenio se revisan periódicamente (por lo menos cada 6 meses) en reuniones de seguimiento al PERX a la cual se recomienda la asistencia del Ministro de Comercio, la Autoridad Regional y el CERX.

De las mesas de producto surgen proyectos que requieren financiamiento. En este caso el CERX debe apoyar a la mesa en la consecución de recursos que en muchos casos pueden provenir de cooperación técnica o de fórmulas de cofinanciamiento con entidades que promueven el desarrollo empresarial. Las experiencias internacionales demuestran que sólo en la medida en que haya financiamiento para los proyectos que se planteen en las mesas de producto, se motivará la presencia empresarial. De allí la importancia que el Gobierno Nacional y Regional tenga prevista una política de apoyo o promoción para los proyectos que surjan de las mesas de producto. Se deberá tener en cuenta la disponibilidad y buena voluntad que en día tienen las entidades multilaterales y ONGs para otorgar recursos de cooperación técnica internacional a proyectos de desarrollo empresarial en cabeza de gremios y sectores productivos.

11.4. Instancia Regional de Competitividad.

Esta Instancia tiene a su cargo desarrollar la competitividad sistémica de la Región en función del PERX. En este sentido la Región debe definir las líneas de fuerza que determinarán su Plan de Acción (infraestructura, capacitación, educación, telecomunicaciones, financiamiento, inversiones, internacionalización, etc) y establecer

²² La focalización de la estrategia por producto. Desde este punto de vista la oferta exportable del Perú se caracteriza, en primer lugar, por estar compuesta principalmente por bienes primarios de bajo valor agregado y, en segundo lugar, por estar concentrada en unos pocos productos y en pocas empresas exportadoras. Es necesario en este punto definir con el gobierno las estadísticas de comercio exterior y acordar qué se entiende por no tradicional y tradicional. De esta definición dependerá el concepto de valor agregado.

Agregar valor puede darse de varias maneras: integrando la cadena productiva, es decir produciendo los insumos, bienes intermedios y el bien final, o teniendo presencia en la cadena de valor del producto, esto es desarrollando la comercialización, la marca y la distribución hasta el consumidor final en los mercados extranjeros. Estas dos estrategias pueden ser válidas en el caso de la agroindustria peruana, pero hay que tener claridad en cuanto al objetivo del plan para desarrollar en consecuencia las estrategias.

En cuanto a la estrategia del PERX existen varias opciones de especialización que se deben tratar de focalizar en los objetivos:

1. La región puede decidir diversificar la oferta exportable, es decir generar nuevos productos para los mercados actuales.
2. La región puede decidir aumentar la oferta exportable de los productos actuales en los mercados actuales (profundización)
3. La región puede decidir diversificar mercados con la oferta exportable actual
4. La región puede decidir diferenciar su producto en los mercados actuales (diferenciación)
5. La región puede decidir diversificar productos y diversificar mercados (bastante complejo...)

Teniendo en cuenta la estructura exportadora del Perú que se ha especializado en unos pocos productos primarios y dado el bajo nivel de industrialización, parecería lo más eficiente optar por las estrategias 3 y 4, esto es diversificar mercados con aquellos productos exitosos y agregar valor a la cadena de esos productos.

para cada una de ellas sus objetivos de corto, mediano y largo plazo. Esta instancia es liderada por el sector público pero tiene asiento el sector privado, representado por el CERX.

11.5. Las mesas transversales

Mejorar el ambiente para los negocios se concreta en mesas de trabajo transversales, llamadas así porque sirven o apoyan a todos los sectores productivos (ej: facilitación de comercio, infraestructura y logística, cultura exportadora, promoción de inversiones, capacitación laboral, capital humano, gerencia, etc). Estas mesas tendrán como objetivo fortalecer las ventajas competitivas regionales y son lideradas por un miembro del sector público de alto nivel en el tema de que se trate. Por ejemplo: en el tema de educación debe estar el Director Regional de Educación. Los Ministerios de las diversas áreas deberán asignar a una oficina la responsabilidad de recibir las solicitudes de las regiones que sean transmitidas por el CERX. De estas solicitudes se rendirá cuenta en los encuentros que se programen para hacer el seguimiento al PERX, cuando se reúnen las autoridades nacionales con las regionales y el CERX.

De estas mesas también surgen proyectos que en general deben ser financiados por los gobiernos nacional o regional, dado el carácter público y la magnitud del proyecto; sin embargo, debe buscarse la activa participación del sector privado a través de concesiones u otras formas operativas. Habrá que analizar, además de las posibilidades del presupuesto nacional y regional, lo siguiente: i) la capacidad de los gobiernos regionales en términos de plantear proyectos ii) la disponibilidad y capacidad fiscal para financiar los proyectos que surjan con ocasión del PERX y iii) la capacidad y el espacio fiscal del Gobierno Nacional para apoyar los PERX.

11.6. Otros temas del CERX

El CERX adicionalmente puede promover diferentes acciones de cultura exportadora en asociación con el MINCETUR: consultorio de negocios internacionales y competitividad, la semana exportadora, programas que premien el emprendimiento, programas de exportación de MYPES, son algunos ejemplos que se han desarrollado en otros países y que encuentran apoyo en los organismos internacionales y ONGs.

11.7. Las Redes

Se debe hacer mención aquí a los diferentes tipos de redes o plataformas tecnológicas que pueden apoyar a las diferentes mesas. En otros países estas redes se originan en los sectores o regiones más avanzados y de allí se extienden a los actores menos privilegiados haciendo buen uso de las tecnologías de información y comunicaciones (TICS).

ANEXOS

- Anexo 1. Mapa de flujos económicos en la región y con otras regiones.
- Anexo 2. Articulación entre la planificación y el monitoreo y evaluación.
- Anexo 3. Diagnóstico regional.
- Anexo 4. Informe del taller de elaboración del PERX, programa y lista de participantes.
- Anexo 5. Programa y lista de participantes de la reunión de validación.
- Anexo 6. Entrevistas y contactos realizados.
- Anexo 7. Acrónimos.
- Anexo 8: Bibliografía