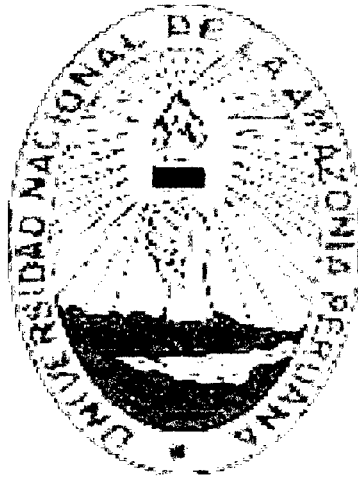


T
382.6
A41

NO SALE A
DOMICILIO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS



TESIS

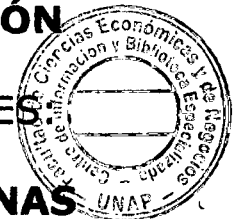
"ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU EN LA CIUDAD DE IQUITOS"

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR LOS BACHILLERES:

**DENNIS WILLY ALMEIDA CÁRDENAS
ROLDÁN ELÍAS VICENTE ALVES**



ASESOR: Lic. Adm. Hugo Henry Ruiz Vásquez.

IQUITOS - PERÚ

DONADO POR:
DENNIS W. ALMEIDA CÁRDENAS
28 de 01 de 2014

Nº 2011



201

JURADO CALIFICADOR



.....
LIC. ADM. NÉLIDA VALENCIA CORAL
Presidente



.....
LIC. ADM. MARLO CÉSAR GARCÍA BARBARÁN.
Miembro



.....
LIC. Cc. JAVIER ROBERTO NALVARTE GAMERO
Miembro

DEDICATORIAS:

A mis padres: Dora y Javier, por su guía y ejemplo maravillosos. A mis queridos familiares y amigos por su fe y apoyo incondicional. A la memoria de mis abuelos y a toda la Hueste Angélica de la Hermandad Blanca.

Roldán Elías Vicente Alves.

A mis queridos padres: por sus oraciones y preocupación permanente por mi proyecto de vida. A mis maestros y profesores por su enseñanza y sabiduría que dio sus frutos y es el reflejo de esfuerzo y sacrificio realizado en desarrollo profesional de mi persona.

Dennis Willy Almeida Cárdenas.

AGRADECIMIENTOS

Los autores deseamos agradecer al Ingeniero Agrónomo Mario Pinedo Panduro, que ha dedicado buena parte de su vida a la investigación y desarrollo del producto Camu Camu, por su valioso y enriquecedor apoyo a la presente investigación. También queremos agradecer a todas las instituciones públicas y privadas que nos brindaron todas las facilidades para preparar esta investigación.

Por otro lado, debemos expresar nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que nos brindaron su valiosa experiencia y tiempo para el enriquecimiento de este ejemplar.

INTRODUCCIÓN	
1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.	01
1.1. Planteamiento del Propósito de la investigación.	01
1.2. Formulación del Propósito de la investigación.	02
1.3. Objetivos de la investigación.	02
1.4. Hipótesis.	03
1.5. Operacionalización de las Variables: indicadores e índices.	04
1.6. Identificación del método de investigación.	05
1.7. Marco poblacional y población.	06
1.8. Marco muestral y muestra.	07
1.9. Fuentes de recolección de datos.	07
2. MARCO TEÓRICO.	09
2.1. Teorías relacionadas al sector de Comercio Internacional.	09
2.1.1. Teoría del Superávit Comercial	09
2.1.2. Teoría de la Ventaja Absoluta.	09
2.1.3. Teoría de la Ventaja Comparativa.	11
2.1.4. Teoría Pura del Comercio Internacional.	13
2.1.5. Teoría de la Disponibilidad.	13
2.1.6. Teoría de la Demanda Representativa.	14
2.1.7. Teoría del Desfase Tecnológico.	15
2.2. Teorías relacionadas al tema de Exportación.	16
2.2.1. Teoría de la Base Económica Regional.	16
2.2.2. Teoría de la Causación Acumulativa.	16
2.2.3. Teoría Neoclásica del Crecimiento.	17
2.2.4. Teoría de las Economías de Aglomeración	17
2.3. Marco conceptual.	21
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	24
CONCLUSIONES.	48
RECOMENDACIONES.	55
BIBLIOGRAFÍA.	60
MATRIZ DE CONSISTENCIA.	62
ANEXOS:	
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	

INDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1.1 Operacionalización de la Hipótesis.	04
Cuadro 2.1 Ventajas Absolutas y Relativas.	11
Cuadro 3.1 Valoración en dólares por tipo de presentación.	46
Cuadro 3.2 Países importadores de camu camu.	47

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1	Principales presentaciones de camu camu.	24
Gráfico 3.2	Tiempo de exportación.	25
Gráfico 3.3	Periodos de mayor oferta de materia prima.	26
Gráfico 3.4	Perfeccionamiento de la calidad.	27
Gráfico 3.5	Abastecimiento de materia prima.	28
Gráfico 3.6	Nivel de calidad del producto terminado.	28
Gráfico 3.7	Componentes de la calidad del camu camu.	29
Gráfico 3.8	Diversificación de productos.	30
Gráfico 3.9	Calidad de materia prima.	30
Gráfico 3.10	Control de Calidad.	31
Gráfico 3.11	Competencia en función al precio y calidad.	32
Gráfico 3.12	Control de los sobrantes y comercialización de los desechos.	32
Gráfico 3.13	Medios de transporte.	33
Gráfico 3.14	Infraestructura de transporte.	34
Gráfico 3.15	Costo de transporte.	34
Gráfico 3.16	Canales de distribución.	35
Gráfico 3.17	Capacidad de satisfacer la demanda requerida.	36
Gráfico 3.18	Grado de asociatividad.	37
Gráfico 3.19	Sistema de organización.	37
Gráfico 3.20	Sistema de información de inteligencia de mercado.	38
Gráfico 3.21	Acceso al financiamiento.	39
Gráfico 3.22	Capacitaciones al personal.	40
Gráfico 3.23	Apoyo para acceder a nuevos mercados.	40
Gráfico 3.24	Maquinaria y equipo.	41
Gráfico 3.25	Control integral de la producción.	42
Gráfico 3.26	Innovaciones tecnológicas.	42
Gráfico 3.27	Nivel de producción.	43
Gráfico 3.28	Estacionalidad de la producción.	43
Gráfico 3.29	Cantidad de productos exportados.	44
Gráfico 3.30	Valor promedio por remesa.	45
Gráfico 3.31	Valores absolutos de exportación.	46
Gráfico 3.32	Países importadores de camu camu.	47



INTRODUCCIÓN

En los últimos años se han definido, entre otros, como objetivos importantes de la política agraria peruana: el incremento de las agroexportaciones, la diversificación de cultivos y el desarrollo integral de la región amazónica. Como instrumentos para lograr estos propósitos, el gobierno ha elaborado planes de desarrollo regional e innovación de productos, con base en los recursos disponibles, con la finalidad de conjugar esfuerzos para mejorar la calidad de vida de los pobladores de la Amazonía, posicionar la variedad de productos en el mercado nacional y hacerlo atractivo para el mercado internacional, aplicando criterios efectivos para su competitividad.

La región amazónica tiene una gran biodiversidad, que permite un enorme potencial para innovar productos y ampliar las posibilidades de mejoramiento en la articulación al mercado mundial. El camu camu es un producto natural amazónico, que dado su alto valor nutritivo, ofrece excelentes posibilidades económicas, tanto en el mercado nacional como en el internacional. Es por ello, que en los últimos años la demanda de productos naturales ha aumentado significativamente y el camu camu no es una excepción en estos aspectos.

El camu camu se ha convertido en una excelente alternativa de desarrollo sostenible y ambientalmente amigable, al generar ocupación permanente del campesino ribereño – pescador, recolector y agricultor estacional – y disminuir la fuerte presión que se produce en el bosque primario de la amazonía. También, genera el incremento de beneficios a los agentes económicos que tienen participación en la cadena de exportación del camu camu en sus diferentes productos.

En la actualidad el camu camu, a pesar de estar considerado como uno de los principales productos estratégicos promisorios de la amazonía peruana por el ministerio de agricultura, haber aprobado los estándares internacionales establecidos y obtener la certificación de producto orgánico, el cual permitirá incursionar y posicionarse en los mercados internacionales, y tener un enorme potencial para convertirse en un “producto estrella” de exportación, debido a que la demanda mundial de productos orgánicos se está incrementando

significativamente; esto aun no ha sucedido, ya que hasta el momento, las exportaciones de camu camu no han encontrado el impulso necesario para mantener una regularidad en el tiempo y en el horizonte su productividad y competitividad.

Ante este panorama poco alentador, surge la necesidad inmediata de buscar alternativas y soluciones viables para revertir esta situación y empezar a posicionar al camu camu tanto en el mercado interno como el externo en el sitio que se merece. Es por los factores antes mencionados, que el presente trabajo de investigación busca identificar y explicar los factores que influyen en el nivel de las exportaciones de camu camu.

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1. Planteamiento del Propósito de la Investigación.

El comercio internacional es generalmente uno de los ejes de desarrollo de cualquier región, país o ciudad. Sin embargo, históricamente en la región, la economía ha estado ligada a la adopción de un patrón productivo basado en la actividad extractiva de diferentes recursos orientados a satisfacer demanda de materias primas de mercados externos, sin valor agregado de los productos.

La realidad de la región Loreto, confirma que el poseer abundancia de recursos naturales no es una condición para lograr un crecimiento económico sostenible y que se traduzca en una mejor calidad de vida para la población con un uso sostenible del medio ambiente. En ese sentido el camu camu al poseer un alto contenido de ácido ascórbico (vitamina C), hierro, niacina, riboflavina y fósforo, sus propiedades curativas ya que actúa como antioxidante, antidepresivo, antistress y antigripal, además de su uso en la industria farmacéutica y de alimentos, no están siendo aprovechados eficientemente, lo cual fomenta la búsqueda sobre las causas del porqué este producto no esta siendo exportado en mayor volumen y con valor agregado para contribuir eficazmente a crear bienestar en los ciudadanos de la región.

El camu camu es una especie que viene siendo promovida por el Estado peruano, algunas instituciones de investigación y Organizaciones No Gubernamentales. No existe un mecanismo suficientemente impulsado y fluido para sanear en forma dinámica el derecho de tenencia de los rodales de camu camu que permanecen sin estabilidad legal y sujetos al azar y al oportunismo.

A pesar de que la exportación de camu camu a nivel nacional se ha venido incrementando, con sus altibajos, en la exportación desde la ciudad de Iquitos se ha venido registrando niveles irregulares de exportación; por tal motivo el interés del presente trabajo de investigación que pretende analizar y explicar los factores que

determinan el nivel de exportación del camu camu, y poder realizar conclusiones y recomendaciones sobre este importante indicador.

1.2. Formulación del Propósito de la Investigación.

1.2.1. Problema General.

¿Cuáles son los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos?

1.2.2. Problemas Específicos.

- a. ¿De qué manera la calidad influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos?
- b. ¿En qué medida la cantidad ofertada influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos?
- c. ¿Cómo la logística de transporte influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos?
- d. ¿De qué manera la competitividad influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos?

1.3. Objetivos de la Investigación.

1.3.1. Objetivo General.

Identificar y explicar los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu de la ciudad de Iquitos.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- a. Explicar si la calidad influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- b. Determinar si la cantidad ofertada influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- c. Analizar si la logística de transporte influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- d. Determinar si la competitividad influye respecto al nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.

1.4. Hipótesis.

1.4.1. Hipótesis General.

Los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos se relaciona con la calidad, la cantidad ofertada, la logística de transporte y la competitividad.

1.4.2. Hipótesis Específicas.

- a. La calidad influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- b. La cantidad ofertada influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- c. La logística de transporte influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.
- d. La competitividad influye en el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.

1.5. Operacionalización de las Variables.

VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES
<p>INDEPENDIENTE</p> <p>1. Factores que determinan el nivel de exportación.</p>	<p>1.1. Calidad del producto.</p> <p>1.2. Cantidad Ofertada.</p> <p>1.3. Logística de Transporte.</p> <p>1.4. Competitividad.</p>	<p>1.1.1 Resultado Funcional.</p> <p>1.1.2 Funciones Complementarias.</p> <p>1.1.3 Conformidad.</p> <p>1.1.4 Longevidad.</p> <p>1.1.5 Estética.</p> <p>1.2.1 Cantidad Producida.</p> <p>1.2.2 Costo.</p> <p>1.2.3 Estacionalidad de la producción.</p> <p>1.3.1 Infraestructura Logística.</p> <p>1.3.2 Medios de Transporte.</p> <p>1.3.3 Canales de Distribución.</p> <p>1.4.1 Capacidad de Gestión.</p> <p>1.4.2 Capacidad Tecnológica.</p> <p>1.4.3 Política Institucional.</p> <p>1.4.4 Generación de Valor Agregado.</p>
<p>DEPENDIENTE</p> <p>2. Nivel de exportación.</p>	<p>2.1. Volumen de Exportaciones</p> <p>2.2. Ingresos por Exportaciones</p>	<p>2.1.1 Cantidad de productos exportados.</p> <p>2.1.2 Precio.</p> <p>2.2.1 Variación del ingreso por exportaciones.</p> <p>2.2.2 Tipo de Cambio.</p>

1.6. Identificación del Método de Investigación.

La metodología de la presente investigación se fundamenta en la realización de una investigación descriptiva, no experimental, en la cual se aplica la técnica de “Encuesta por cuestionario” y “Observación indirecta” para este estudio en particular.

El trabajo se auxilia de documentos escritos, documentos gráficos y audiovisuales, para el enriquecimiento de la investigación.

De igual manera, Sergio Carrasco Díaz (2006, p.72, 73) plantea que los estudios transeccionales explicativo causales, son aquellos diseños propios para determinar y conocer las causas, factores o variables que generan situaciones problemáticas dentro de un determinado contexto social. Explica los hechos y fenómenos en cuanto a sus causas y consecuencias; tal como se realiza en el estudio.

Por lo anteriormente expuesto, la investigación es sustantiva descriptiva, porque busca conocer y explicar, los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos, por medio del estudio de cada una de sus variables.

Diseño de la Investigación.

La investigación corresponde a un estudio:

- No experimental, porque no se requiere que exista una manipulación intencional de una o más variables independientes.
- Transeccional, porque tiene un periodo de estudio.

1.7. Marco Poblacional y Población.

1.7.1. Marco Poblacional.

Está comprendido por los actores involucrados con los factores que determinan los niveles de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos.

1.7.2. Población.

La población del presente trabajo de investigación esta constituida por todos los exportadores de camu camu, que a la fecha según nuestras pesquisas son: 5 exportadores, 5 productores y 11 representantes de las instituciones públicas y 2 representantes de las instituciones privadas vinculadas con los factores que determinan los niveles de exportación del camu camu en la ciudad de Iquitos.

Características Generales de la Población.

- **Criterios de Inclusión.**
 - Exportadores, productores y representantes de las instituciones públicas y privadas, vinculadas con los factores que determinan los niveles de exportación del camu camu en la ciudad de Iquitos.

- **Criterios de Exclusión.**
 - Exportadores, productores y representantes de las instituciones públicas y privadas, vinculadas con los factores que no determinan los niveles de exportación del camu camu en la ciudad de Iquitos.
 - Exportadores, productores y representantes de las instituciones públicas y privadas, vinculadas con los factores que determinan los niveles de exportación de otro producto diferente al camu camu.
 - Exportadores, productores y las instituciones públicas y privadas, vinculadas con los factores que determinan los niveles de exportación del camu camu desde otra ciudad que no sea Iquitos.



1.8. Marco Muestral y Muestra.

a. Muestra:

Cantidad

- Productores de Camu Camu	5
- Exportadores de Camu Camu	5
- Gobierno Regional de Loreto	1
- Dirección Regional de Agricultura	1
- Dirección Regional de la Producción	1
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo	1
- Cámara de Comercio y Turismo de Loreto.	1
- Promperu	1
- IIAP	1
- INIA	1
- SENASA	1
- Universidad Nacional de la Amazonía Peruana	1
- SUNAT - ADUANAS	1
- Ong's vinculadas al tema camu camu:	
CEDECAM:	1
GTZ:	1

b. Tamaño de la Muestra: Son veintitres (23) personas en total, que serán encuestadas.

c. Técnica de Muestreo: estadística.

d. Tipo de Muestreo: No probabilístico, intencionado, muestra de expertos.

1.9. Fuentes de Recolección de Datos.

1.9.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

a. Observación Sistemática Indirecta.

Mediante esta técnica se analiza y estudia diversos documentos que contienen información sobre los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu.

b. La Encuesta.

Este instrumento se emplea como componente de la entrevista, para conocer las opiniones de los representantes de las instituciones públicas y privadas sobre los factores que influyen y los niveles de exportación del camu camu.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. Teorías relacionadas al sector de Comercio Internacional.

Las teorías relacionadas al sector de estudio principalmente muestran la preocupación de explicar las ventajas del intercambio comercial y estudiar las causas del comercio internacional, como por ejemplo la importancia de la oferta, que es indicador de una variable de estudio en la investigación.

2.1.1. Teoría del Superavit Comercial o teoría mercantilista. (Siglo XVIII)

Representada por Thomas Mun, Jhon Hales y David Hume, un país se beneficia del comercio internacional siempre que el valor de sus exportaciones superase el valor de sus importaciones; ello daría origen a la entrada neta de metales preciosos por el valor equivalente a dicho saldo, lo cual generaría el enriquecimiento del país. Para lograr el deseado superávit comercial los mercantilistas proponían el intervencionismo del Estado, que debía, por una parte, dificultar la entrada en el país de importaciones mediante políticas proteccionistas y, por otra parte, fomentar las exportaciones de productos nacionales.

2.1.2. Teoría de la Ventaja Absoluta.

ADAM SMITH (1776), en su *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, incorpora los efectos reales del comercio internacional sobre el funcionamiento de la economía, valorando el bienestar que pueda reportar a los ciudadanos. Ello no significa que renuncie a los intereses generales de la nación, sino que éstos quedan asegurados con un mayor bienestar individual: lo que es bueno para los individuos, es bueno para la nación. Nótese que, aunque Smith se preocupó por aumentar la riqueza nacional, no identificó, como lo hicieron los mercantilistas, los intereses del Estado con los de la monarquía, sino con los del conjunto de la sociedad.

Por otra parte, el pensamiento económico de Smith esta presidido

por la existencia de una mano invisible (el sistema de precios), que regulaba el funcionamiento económico de modo natural y sin necesidad de coordinación por parte de las autoridades. Smith trasladó su doctrina liberal al comercio internacional, estudiando sus posibles beneficios para la sociedad y las opciones de política económica para maximizar tales ventajas.

Así, para formular su pensamiento sobre el comercio internacional, Smith se basó en uno de los conceptos clave de todo su análisis, la división del trabajo, fuente del crecimiento de la productividad de los trabajadores y de la generación de riqueza. Este principio significa que cada individuo se especializa en la producción de ciertos bienes o servicios que, posteriormente, intercambiará por otros bienes y servicios para satisfacer sus necesidades. La división del trabajo logrará un abaratamiento de los costos productivos y economías de escala. Sin embargo, los beneficios de la especialización quedan limitados por la dimensión del mercado. Por ello, Smith propone la liberalización del comercio internacional, con el objetivo de lograr la mayor amplitud posible del mercado y permitir, así, un proceso de división internacional del trabajo más intenso. Esta ampliación de los mercados nacionales sería una importante función del comercio entre naciones, pero Smith también señaló que, además, el comercio internacional permite la colocación en el exterior de los excedentes productivos nacionales, infiriéndoles un nuevo valor.

Bajo estas premisas, Smith propone qué es lo que debe y no debe producir cada nación, en consonancia con el comportamiento eficiente de una economía doméstica. Así de contundente lo expone: “La máxima de cualquier prudente cabeza de familia es no intentar hacer en casa lo que le cuesta más caro que si lo compra. Si un país extranjero nos ofrece una mercancía más barata de lo que nos cuesta producirla, será mejor comprarla a cambio de una parte de la producción de nuestra propia industria, debiendo dedicarse ésta a sectores en que tengamos alguna ventaja”. De esta manera, Smith establece la “teoría de la ventaja absoluta”, bajo la cual un país

exportaría (importaría) aquellas mercancías en las que tuviera ventaja (desventaja) absoluta de costos respecto a otro país. Esta ventaja vendría dada por un menor costo laboral en el primer país, asumiendo que el trabajo es el único factor productivo empleado y que es homogéneo internacionalmente.

2.1.3. Teoría de la Ventaja Comparativa o de la Ventaja Relativa.

Para RICARDO (1817)“, un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes cuyo costo relativo respecto a otros bienes en el propio país sea menor al correspondiente costo relativo existente en otro país, de este modo, las mercancías que un país debe exportar no tienen necesariamente que ser las de menor costo internacional, como proponía Smith.

Así el ejemplo de Ricardo sobre el comercio entre Inglaterra y Portugal de tela y vino para ilustrar las diferencias entre el principio de la ventaja absoluta de Smith y el de la ventaja comparativa de Ricardo; nos muestra en el caso A del cuadro, cada país tiene ventaja absoluta en la producción de uno de los bienes y se reproduce la justificación del comercio internacional para Smith. Ambos países se beneficiarían si Inglaterra vendiese vino a Portugal y comprase telas portuguesas. Para ello, simplemente, los precios de la exportación tendrían que cubrir los costos unitarios del producto exportado y ser menores que los costos de producción del mismo bien en el país de destino; en el ejemplo, esto supondría que los precios internacionales que justificasen el comercio entre ambos países tendrían que situarse entre el costo de 60 y 80 horas de trabajo para el vino y entre 90 y 100 para la tela.

Horas de trabajo necesarias para producir una unidad de producto:

Cuadro 2.1

	Caso A: ventaja absoluta				Caso B: ventaja comparativa			
	Tela	Vino	Vino/Tela	Tela/Vino	Tela	Vino	Vino/Tela	Tela/Vino
Inglaterra	100	60	0,60	1,66	100	120	1,20	0,83
Portugal	90	80	0,88	1,12	90	80	0,88	1,12

Fuente: adaptado de Blaug (1985).

Sin embargo, el caso B plantea una situación en que uno de los países (Portugal) goza de ventajas absolutas en la producción de los dos bienes, debido a sus menores costos de producción. Por ello, con el esquema smithiano no se comprendería el comercio entre ambos países. No obstante, si se aprecian ventajas relativas comparando los costos relativos de los dos bienes en los dos países, es decir, la razón entre el número de horas de trabajo que cada bien requiere. Entonces, en este caso y bajo la teoría de Ricardo, ambos países se beneficiarían si Inglaterra produjese y vendiese tela a Portugal, mientras que Portugal se especializase en vino y lo vendiese a Inglaterra; ello siempre y cuando se estableciese un precio relativo entre ambos bienes que fuese intermedio del que prevaleciese en cada país. Así, resulta recomendable la especialización productiva de cada país en los bienes con menor costo relativo, puesto que, aunque Portugal compre tela a Inglaterra a un precio superior al que la podría producir, si dedica las horas de trabajo ahorradas a producir vino (parte del cual exportara a Inglaterra), podrá incrementar su consumo total de tela y vino.

La teoría de Ricardo conduce a que sólo en el caso de que los costos relativos coincidan, el comercio entre dos países no resultaría beneficioso para ellos. Por último, Ricardo señala que las diferencias en la productividad del trabajo en los distintos países representan la causa del comercio internacional, suponiendo ello otra nueva superación del análisis realizado por Smith.

JHON STUART MILL (1848) en su obra *Principios de economía política*, introduce la demanda en el modelo de Ricardo, que sólo contemplaba la oferta. Y llegaría a la conclusión de que el precio de intercambio internacional (de equilibrio) de una mercancía sería aquél para el que la cantidad ofrecida por un país y la cantidad demandada por otro coincidiesen. Recurriendo a la ley de la oferta y la demanda, si existiese en el comercio internacional un exceso de

oferta de un bien y un exceso de demanda de otro, sus precios descenderían y aumentarían, respectivamente, hasta alcanzar la relación real de intercambio de equilibrio.

2.1.4. Teoría Pura del Comercio Internacional ó Teoría de Proporciones Factoriales.

El modelo HECKSCHER (1919) - OHLIN (1933), que aparece en el último tercio del siglo XIX que explica la existencia y composición del comercio internacional a partir de un nuevo concepto, el de la abundancia relativa de los factores de producción de cada país, lo cual origina la ventaja comparativa. Así por razones geográficas e históricas, cada país, en comparación con el otro, será más abundante en un factor que en el otro. Por ejemplo, supongamos que el país A está dotado, en relación con el país B, de más unidades de capital por unidad de trabajo; inversamente, el país B está dotado de más unidades de trabajo por unidad de capital. En este caso, el país A será abundante en capital (escaso en trabajo) y el país B será abundante en trabajo (escaso en capital). En esta teoría tanto la tecnología como las preferencias de los consumidores son consideradas idénticas en los dos países. Por lo tanto, los dos bienes X e Y se producen a partir de técnicas distintas, pero cada bien es fabricado con funciones de producción idénticas por los dos países.

2.1.5. Teoría de la Disponibilidad.

KRAVIS (1956), para este autor un país importaría tanto los bienes cuya producción se muestra absolutamente incapaz de realizar porque su oferta es completamente rígida (indisponibilidad absoluta), como aquellos bienes cuya producción es insuficiente, esto es, cuando hay una oferta bastante inelástica tal que, ante un incremento de la producción, los costos crecen muy rápido (indisponibilidad relativa). Las exportaciones, al contrario, se darían en aquellos bienes en cuya producción el país dispone de una posición dominante y, entonces, una oferta elástica que tiende a sobrepasar las necesidades locales. La disponibilidad o indisponibilidad de los bienes estaría ligada a

la existencia o a la carencia de recursos naturales y al ritmo de difusión de las innovaciones.

De este modo, la estructura de los flujos comerciales vendría explicada por el nivel comparado de las elasticidades de la oferta nacional y de la extranjera en los productos, además de por la comparación del progreso técnico. Lógicamente, el ritmo de progreso técnico de las industrias de exportación de un país sería más rápido que el correspondiente a las mismas industrias en sus competidores comerciales.

Sin embargo, esta teoría no logra una respuesta satisfactoria para la explicación a los incrementos del comercio entre países de semejantes características.

2.1.6. Teoría de la Demanda Representativa.

LINDER (1961), este tradista pone su atención en las similitudes en renta y gustos de algunos países que realizan un elevado intercambio comercial. Linder considera que el comercio internacional está ligado a ventajas comparativas. El origen de estas ventajas se encuentra en las diferentes dotaciones factoriales en el caso del comercio de productos primarios. Sin embargo, en el comercio de productos industriales la ventaja comparativa viene explicada por la importancia de la demanda interna del bien de exportación (que Linder designa como demanda representativa).

Para este autor, un bien sólo será susceptible de ser exportado si, previamente, ha sido objeto de una fuerte demanda interna. Un gran mercado interno constituye un fuerte incentivo a la innovación y una elevada producción posibilita las economías de escala. Por lo tanto, es la existencia de una fuerte demanda interna la que genera la ventaja comparativa y, entonces, las condiciones para que el producto pueda ser exportado más fácilmente. Mas un producto sólo será exportado a un país que lo pueda consumir. Se supone que la calidad y la naturaleza de los productos consumidos dependen del

nivel de vida y, por consiguiente, en gran medida, del nivel de salarios. De este modo, un producto demandado en el interior de un país con un determinado nivel de vida, sólo podrá ser exportado a otro de un nivel similar. Esto choca frontalmente con el teorema H-O, puesto que cuanto más similares sean los grados de riqueza de los países, más semejantes serán sus dotaciones factoriales.

La teoría de Linder proporciona una explicación para una de las principales características del comercio actual (el elevado intercambio comercial entre países industrializados). Así, es la semejanza en rentas nacionales (y, por lo tanto, en patrones de demanda) la que favorece el comercio, al menos, de productos de tipo industrial.

2.1.7. Teoría del Desfase Tecnológico.

Según POSNER (1961), también conocida como teoría del retardo en la imitación. Esta teoría recupera el principio explicativo ricardiano del comercio internacional a partir de las diferencias tecnológicas entre países.

Fue planteada primeramente por Posner (1961) y complementada por Hufbauer (1966). Se plantea que los bienes y los procesos productivos van cambiando con el tiempo y no tienen lugar simultáneamente en todos los países. Esto supone una contradicción con las premisas del teorema H-O, ya que, a pesar de considerar que todas las industrias y factores productivos existen en todos los países, según Posner, las funciones productivas difieren según el grado de desarrollo tecnológico. Estas diferencias en el desarrollo tecnológico entre los países otorgan ventajas comparativas en el comercio internacional. Los países que producen más innovaciones disponen de ventaja en la producción de bienes más intensivos en investigación y desarrollo y los exportarán; en contrapartida, importarán de países menos avanzados tecnológicamente bienes cuya producción requiere técnicas más simples.

2.2. Teorías relacionadas al tema de Exportación.

Las teorías relacionadas al tema de estudio muestran como el aprovechamiento de los recursos con que cuenta una región guarda relación con el desarrollo de la misma cuando se realiza la exportación.

2.2.1. Teoría de la Base Económica Regional. (INDUSTRIA Y COMERCIO).

Para esta teoría, el crecimiento regional es determinado fundamentalmente por lo que define como las actividades básicas regionales, que no son más que sectores de producción de bienes y servicios para exportación a otras regiones o países, dado que el crecimiento de aquellas “no básicas” (orientadas al mercado local) depende del ingreso generado en las primeras.

Según esta perspectiva, una expansión inicial de las exportaciones estimula en gran medida a toda la región, por la acción del multiplicador de la renta. Estas ventajas, a su vez, refuerzan la competitividad del sector exportador, todo lo cual se traduce en un factor de atracción de trabajadores y capital productivo proveniente de otras regiones, para sostener la continua expansión. Se genera así un proceso de causalidad circular en el crecimiento. Esta teoría se apoya en los trabajos de *Krugman (1997)*, *Tamayo (2000)* y *Moncayo (2002)*

2.2.2. Teoría de la Causación Acumulativa. (COMERCIO)

Esta teoría, considera que el crecimiento regional es un proceso desequilibrado, y prevé que una mayor dinámica surgida en una de las regiones no impulsa la de las colindantes, sino su mayor empobrecimiento relativo. Plantea que las regiones que presentan ventajas iniciales experimentan en forma sostenida un mayor crecimiento, favorecido por la acumulación industrial y el desarrollo de la infraestructura, que en conjunto generan importantes economías internas y externas y explican el aumento en las disparidades y la presencia de un flujo neto de recursos productivos hacia ellas. *Gunnar Myrdal (1957)* advierte que el crecimiento regional es un proceso desequilibrado y pronostica que un mayor desarrollo inicial en una de la regiones, antes que favorecer al de sus similares vecinas, terminan

siendo un factor de estancamiento relativo en ellas, al atraer para sí las inversiones y los recursos más productivos, contribuyendo de esa manera a una mayor polarización geográfica de la economía y explicando una tendencia natural a la divergencia en rentas por habitantes entre regiones.

2.2.3. Teoría Neoclásica del crecimiento: la convergencia regional. (PRODUCCION).

Esta teoría considera que el capital y el trabajo tenderán a migrar hacia las regiones de mayor rentabilidad, con lo cual en el largo plazo los rendimientos de esos factores tenderán a igualarse en las diferentes regiones y los mecanismos de mercado conducirán de manera automática a una situación de equilibrio. *Sala Martin (1999)* considera una economía perfecta, población constante y ocupación plena en los mercados de trabajo y bienes. Su planteamiento se fundamenta en tres supuestos básicos: la fuerza de trabajo y el progreso técnico potenciador de trabajo crecen a una tasa constante exógena: todo el ahorro se invierte y el producto está en función del trabajo y el capital con una función de producción que exhibe rendimientos constantes a escala y decrecientes en los factores individuales de producción.

2.2.4. Teoría de las Economías de Aglomeración. (PRODUCCION Y COMERCIO)

Expuesta en los inicios del siglo XX por ALFRED WEBER, quien consideró el costo de transporte como la variable clave para la localización de las actividades económicas, pero acepto la influencia de otros factores, como el precio de la mano de obra que asumió una constante en una región. Consideró que si varias empresas manufactureras se encontraban ubicadas en una región, todas obtenían mayores beneficios por ello, fruto de los ahorros que se podían generar al contar con una mano de obra especializada, proveedores, servicios, mercados cercanos, entre otras. De esta forma se observó que la concentración de recursos favorece las economías de aglomeración y, en esa medida, atrae la inversión productiva e impulsa el desarrollo regional (*Aznar y Vinas 2005*). De manera reciente, a partir de lo que se

conoce como primera y segunda naturaleza geográfica de la economía espacial, se plantea que algunas regiones son favorecidas inicialmente en virtud de sus recursos naturales o de la proximidad que tengan con ríos puertos y fronteras. Luego, por la interacción que se propicia entre los agentes económicos, esa región se ve beneficiada por retornos crecientes a escala; en consecuencia, esas regiones tienden a tener una alta productividad y las fuerzas de aglomeración generan círculos virtuosos que auto refuerzan el desarrollo.

De esta manera, el enfoque de las aglomeraciones, aunque reconoce los movimientos interregionales de factores del planteamiento neoclásico, considera que el rendimiento de éstos depende de las economías de aglomeración, por lo que los diferenciales de productividad y el crecimiento interregional desequilibrado que de ello se desprende no se resuelven con el Mercado. En ese sentido, el objetivo de política es elevar la productividad y la eficiencia de las inversiones privadas en las regiones rezagadas.

Finalmente para TAMAYO (2000), los planteamientos anteriores se pueden agrupar en dos enfoques básicos, de demanda y oferta. El primero atribuye las diferencias interregionales en el nivel y dinamismo de la actividad económica a diferencias en la demanda de trabajo (es decir, la redireccionar esa demanda hacia las regiones más deprimidas, lo que equivale a promover una relocalización de la actividad económica. Por su parte, el enfoque de oferta atribuye los desequilibrios interregionales a diferencias en la productividad de los factores, por lo que el objetivo de política está relacionado con la promoción de la eficiencia general de esos factores productivos, recurriendo para ello a la eliminación de restricciones a su movilidad y los estímulos a la innovación y el emprendimiento.

- **Marco Legal.**

- a) Régimen de exportación.**

La normatividad legal vigente del régimen de exportación está contenida en la Ley General de Aduanas cuyo Texto Único Ordenado ha sido aprobado por Decreto Supremo No, 129-2004-EF (12-09-2004), el Reglamento de la Ley General de Aduanas, aprobado por Decreto Supremo No. 011-2005-EF (26-01-2005) y el Procedimiento de Exportación aprobado por Resolución de Superintendencia de Aduana No. 440-05-SUNAT/Aduanas (22-10-2005).

- b) Ministerios facultados para dictar normas en materia de comercio exterior.**

El Decreto Ley No. 25909 (01.12-92), y el Decreto Supremo No. 058-2005-EF (10.05.05), establecen que sólo el Ministerio de Economía y Finanzas, puede irrogarse la facultad de dictar medidas destinadas a restringir o impedir el libre flujo de mercancías mediante la imposición de trámites, requisitos o medidas de cualquier naturaleza que afecten las exportaciones. Por tanto, son nulos todos los actos que contravengan lo dispuesto al constituir medidas para-arancelarias que restringen la libertad de comercio exterior.

Además, la Ley No. 27322 (23.07.00), señala que queda exceptuada de lo dispuesto en el párrafo anterior el Servicio Nacional de Sanidad Agraria – SENASA, quien esta facultado para establecer las medidas necesarias respecto a operaciones de comercio exterior, en materia de Sanidad de la Flora y Fauna del País, de conformidad con los acuerdos internacionales suscritos por el Perú.

- c) Normas referidas al camu camu.**

El Decreto supremo N° 046-99 promulgado el 24-09-99 declara al camu camu de interés nacional y autoriza el otorgamiento de concesiones en los cauces, riberas y fajas marginales de los ríos, arroyos, lagos y

lagunas para plantaciones de la especie, por un plazo máximo de 10 años renovables.

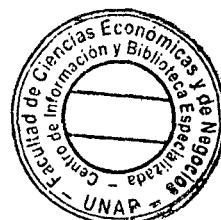
La Ley N° 27037, promulgada el 30-12-98 o Ley de Promoción de Inversión de la Amazonía, exonera del impuesto general a las ventas (IGV) y el impuesto a la renta (IR) a los contribuyentes que desarrollen actividades con camu camu.

d) Marco Legal para Productos Orgánicos.

De acuerdo a la Ley N° 29196, el ente rector en producción orgánica es el Ministerio de Agricultura. El SENASA es la Autoridad Nacional encargada de la fiscalización de la Producción Orgánica nacional y propone las normas y sanciones para dar garantía del producto orgánico al mercado nacional e internacional. Asimismo, el Reglamento Técnico para los de Productos Orgánicos, aprobado mediante Decreto Supremo N° 044-2006-AG, establece requisitos para los Productos Orgánicos que toman como referencia las normas de organismos internacionales como el “Codex Alimentarius” y normas de países consumidores de nuestra producción orgánica; además de contar con el Registro Nacional de Organismos de Certificación – DS 061 -2006-AG.

Actualmente el SENASA viene desarrollando las siguientes acciones:

- Registrar, controlar y sancionar a los organismos de certificación, a través de auditorias y supervisiones a operadores.
- Fiscalizar los mercados para evitar la venta de productos pseudo-orgánicos.
- Tramitar convenios de equivalencia del Sistema Nacional de Control con gobiernos extranjeros.
- Sensibilizar a los actores productivos y al público en general sobre las normas vigentes y el rol de la Autoridad en materia de producción orgánica.



2.3. Marco Conceptual.

- **Agroexportación:** (página web, www.biocomercio.org).
Es la exportación de productos agrícolas de un determinado país hacia el mercado exterior.
- **Bebidas Nutraceúticas:** (N. Salas de la T., E. Estrada A., R. Lengua C., J. Pino G., R. Alvis D.,D. Bazán G., E. Becerra V., J. Sandívar R., M. Carhuancho A., A. Osorio A., V. R. Caja R. *Proceso para Obtener Bebida Nutracéutica a partir de *Myrciaria Dubia* (Camu Camu), Orientado a Reducir Efecto Genotóxico en Niños de Edad Escolar*, 2009). Son bebidas que contienen una gran cantidad de nutrientes, vitaminas, proteínas, aminoácidos y otros elementos indispensables para fortalecer el sistema inmunológico, además de ser antioxidante, antistress, energizante, etc. y cuyo mercado esta en aumento.
- **Biodiversidad:** (F. Javier Martínez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007).
Es el término por el que se hace referencia a la amplia variedad de seres vivos sobre la Tierra y los patrones naturales que la conforman, resultado de miles de millones de años de evolución según procesos naturales y también, de la influencia creciente de las actividades del ser humano. La biodiversidad comprende igualmente la variedad de ecosistemas y las diferencias genéticas dentro de cada especie que permiten la combinación de múltiples formas de vida, y cuyas mutuas interacciones y con el resto del entorno, fundamentan el sustento de la vida sobre el planeta.
- **Cadena Productiva:** (Prompex, Identificación de Sectores para la Realización de Estudios de Mercado de Tres Productos Específicos, 2006). Sistema que articula a los agentes económicos interrelacionados por el mercado, que participan en un mismo proceso productivo desde la provisión de los insumos, la producción, la conservación, la transformación, la industrialización, la comercialización hasta el consumo final de un determinado producto

- **Competitividad:** (M. Tello, 2005. p.49). Medio para lograr el incremento sostenido y sostenible del estándar de vida del habitante de una economía. Habilidad de las empresas, industrias o regiones geográficas para generar, en un entorno de competencia internacional, en constante cambio, niveles relativamente altos de ingresos y empleo de factores (capital, recurso humano, infraestructura y producción) sobre bases sostenibles.
- **Competitividad Sistémica.** (Meyer-Stamer. 1998. p.94). Es un patrón en el que el Estado y los actores de la sociedad civil crean, de forma deliberada, las condiciones para un desarrollo industrial exitoso.
- **Comportamiento de las exportaciones.** (F. Javier Martínez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007). Desarrollo que muestran los ingresos por ventas al exterior de una empresa específica en un determinado espacio de tiempo.
- **Desarrollo económico:** (Banco Mundial). Es el proceso por medio del cual un país aumenta su capacidad para producir bienes y servicios.
- **Desarrollo sostenible:** (Banco Mundial). Término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.
- **Exportación:** (Banco Mundial). Los bienes y servicios que se venden a los habitantes de otro país.
- **Productos Orgánicos:** (F. Javier Martínez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007). Aquellos producidos orgánicamente sin utilizar abonos químicos, fungicidas y pesticidas químicos dentro de un marco de protección al medio ambiente. El objetivo de estos productos no radica solamente en proteger al consumidor final de contaminación de residuos peligrosos de químicos, sino también proteger el medio ambiente dentro del cual viven las personas que se dedican al cultivo, procesamiento y comercialización y se pretende proteger su salud y la de los animales.

- **Productos promisorios:** (M. Rivarola Del Solar, Camu Camu: Una Ácida y Valiosa Alternativa, 2008). Son las nuevas plantas o especies poco conocidas que han desarrollado o se les ha descubierto propiedades singulares que los hacen atractivos para articular un mercado potencial interno y/o externo.
- **Tecnología:** (G. Barcelli. 1997). Conjunto de equipos y métodos que se utilizan para la elaboración de un producto, o bien considerando la eficiencia y la eficacia del proceso productivo, altos rendimientos a bajos costos y productos de calidad.
- **Vitamina C o Ácido Ascórbico:** (K. Hughes, Potencial del Camu Camu y Sacha Inchi en el Mercado Estadounidense, 2009). Es un nutriente esencial para los primates superiores y un pequeño número de otras especies. La presencia de esta vitamina es requerida para un cierto número de reacciones metabólicas en todos los animales y plantas y es creada internamente por casi todos los organismos, siendo los humanos una notable excepción. Es ampliamente sabido que su deficiencia causa escorbuto en humanos de ahí el nombre de “ascórbico” que se le da al ácido. Es también ampliamente usado como aditivo alimentario.

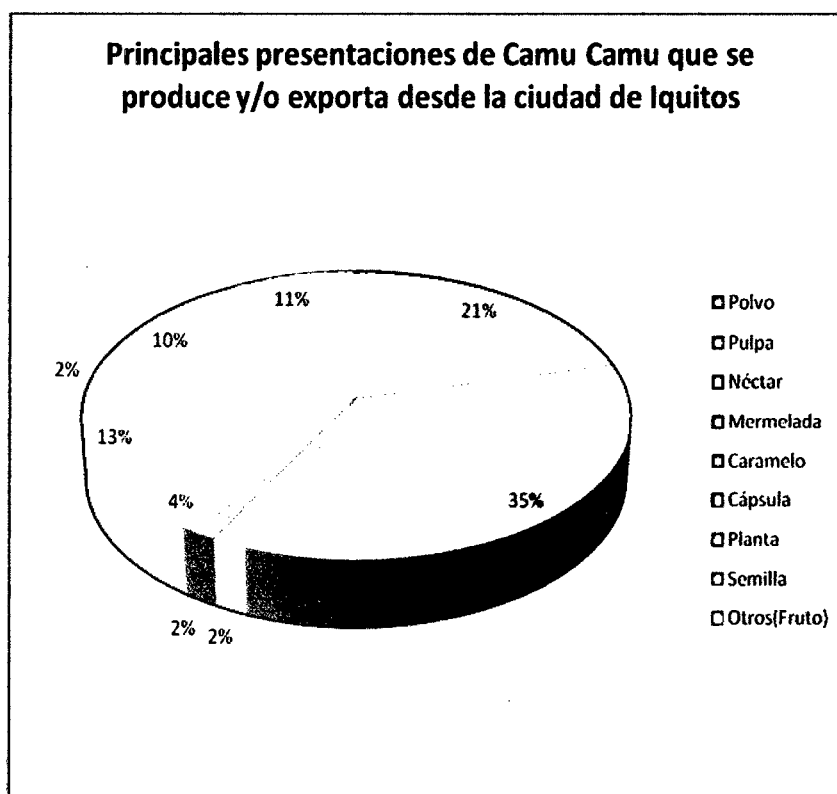
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU EN LA CIUDAD DE IQUITOS.

PARTE I : CALIDAD DEL PRODUCTO

El 35% de las exportaciones de camu camu, referido a sus principales presentaciones corresponde a la exportación de pulpa, seguido por el camu camu en polvo que representa un 21% (referido básicamente al polvo atomizado), en tercer lugar tenemos el camu camu en cápsula con un 13%, 11% corresponde al camu camu en otras presentaciones (fruta) y el néctar, la mermelada, la semilla y caramelos de camu camu que representan el 2%, 2%, 10% y 4% respectivamente.

Gráfico 3.1
G

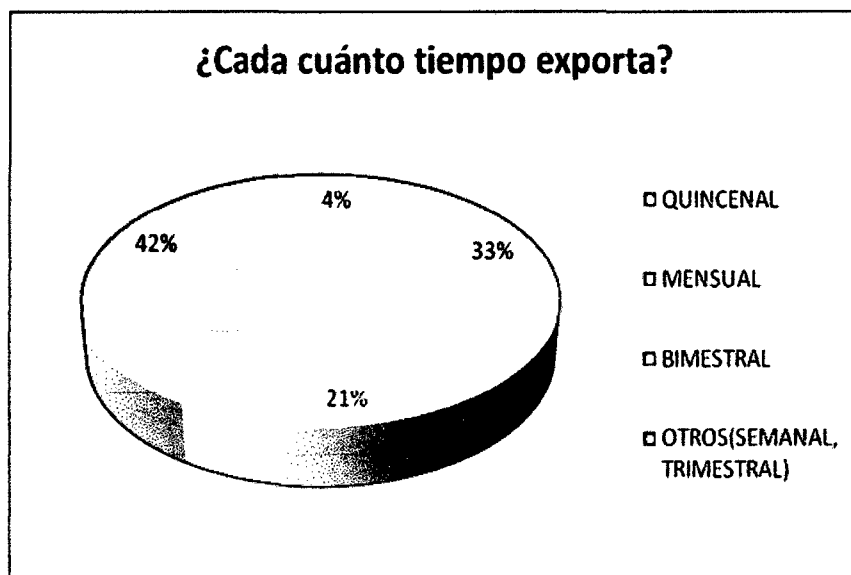


Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se menciona que la información presentada en el gráfico 3.1, corresponde a las encuestas realizadas a los productores, exportadores e

instituciones vinculadas directamente en todo el proceso de exportación del camu camu en sus diferentes presentaciones.

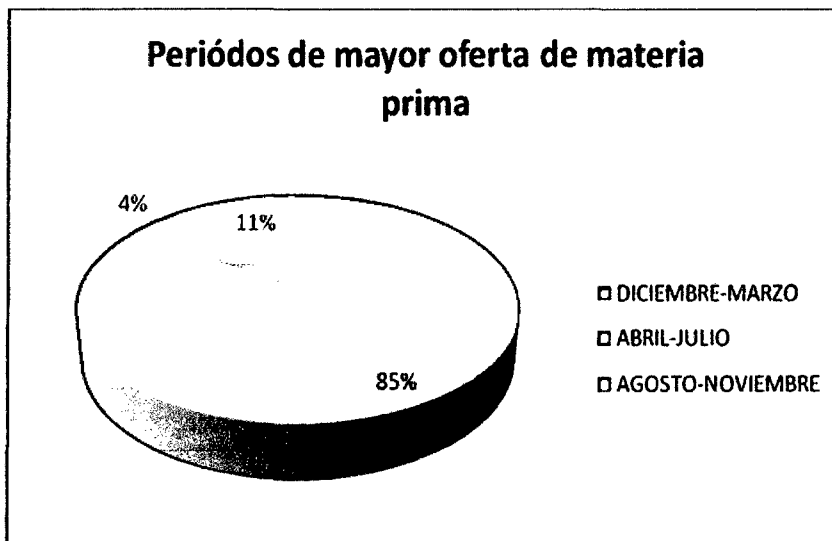
Gráfico 3.2



Fuente: Elaboración propia.

El 42% de los encuestados, manifestaron que exportan sus productos de acuerdo al pedido realizado por el importador por ejemplo cada 45 días y algunos utilizaban mucho mas tiempo hasta 3 meses, hasta completar su pedido; este comportamiento se debía a que el abastecimiento de la materia prima no es continuo durante todo el año. Otras empresas que se abastecían de camu camu de otras regiones como San Martín y Ucayali, podían satisfacer su demanda en períodos quincenales los cuales representan el 4% de los encuestados, otros exportadores lo realizan mensualmente y representan el 33% y el resto que representa el 21% bimestralmente.

Gráfico 3.3

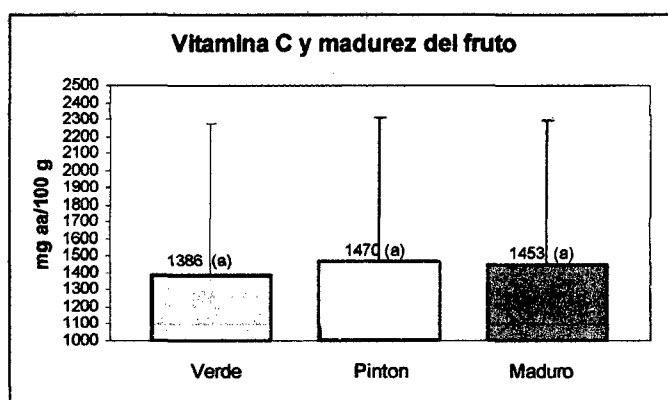


Fuente: Elaboración propia.

El período entre diciembre-marzo, son los meses en los que se obtiene los mayores volúmenes de cosecha por parte de los productores. El 85% de los encuestados manifestarán obtener abastecimiento suficiente de materia prima en estos meses. En los meses de abril a julio baja esta tendencia de abundancia de camu camu por lo que solo el 4% de los encuestados manifestaron obtener poco abastecimiento de materia prima, este comportamiento empieza a mejorar en los meses siguientes específicamente en los períodos de agosto a noviembre, hasta alcanzar el 11%.

Debido al enorme potencial que tiene el camu camu para la exportación, en el gráfico 3.4, se ha determinado que el 78% de los encuestados manifiestan que están buscando perfeccionar la calidad de sus productos.

Figura 3.1

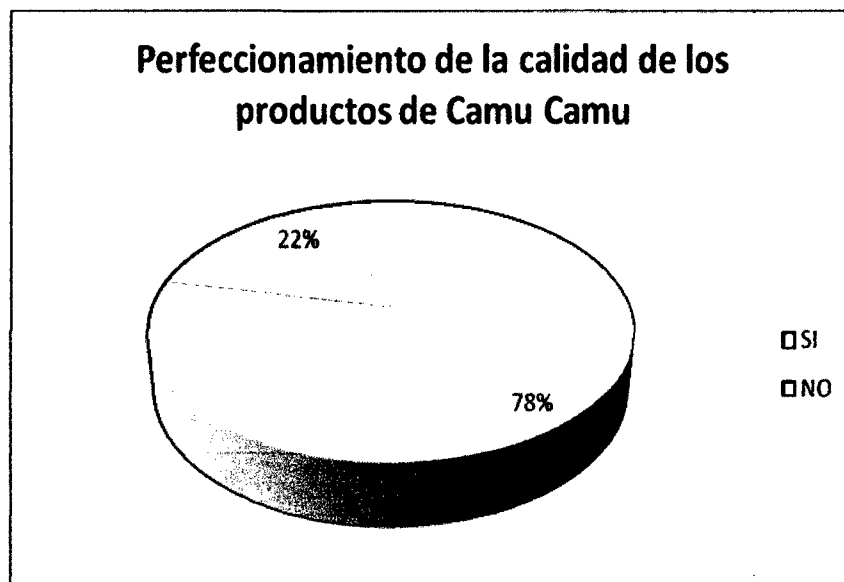


Fuente: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana

Se resalta también a los productores que están tratando de mejorar la calidad de producción de los frutos del camu camu, con la finalidad de mejorar e incrementar el contenido de vitamina C. Para ello es necesario efectuar la cosecha del fruto cuando este en etapa de maduración (pinton) como se muestra en la figura 1.

El 22% de los encuestados no están interesados en mejorar la calidad de sus productos porque solo abastecen al mercado local.

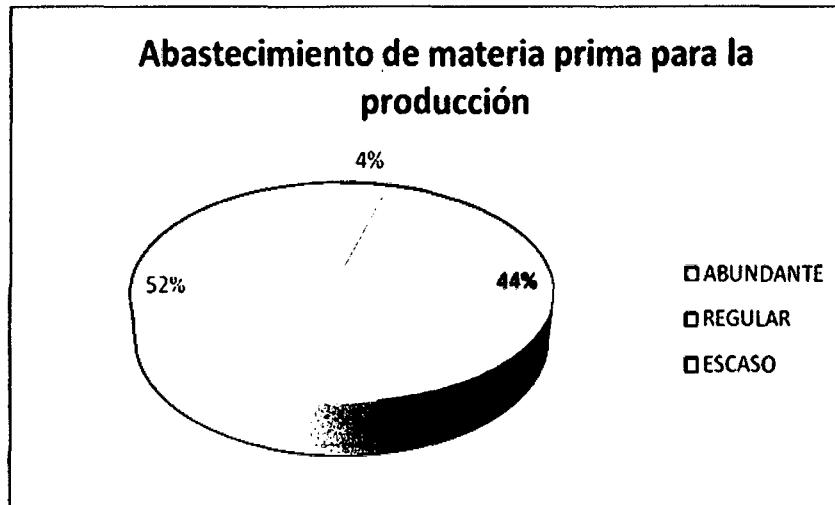
Gráfico 3.4



Fuente: Elaboración propia.

La escasez en el abastecimiento de materia prima para la producción del camu camu en sus diferentes presentaciones es uno de los problemas que manifiestan tener los exportadores de camu camu, en tal sentido el 52% de los exportadores tienen este problema, el cual genera problemas para poder cumplir con los pedidos de sus principales clientes. El 44% de las empresas exportadoras manifestaron tener un abastecimiento regular de materia prima y finalmente solo un 4% indicó haber tenido un abastecimiento abundante, tal como se muestra en el gráfico 3.5.

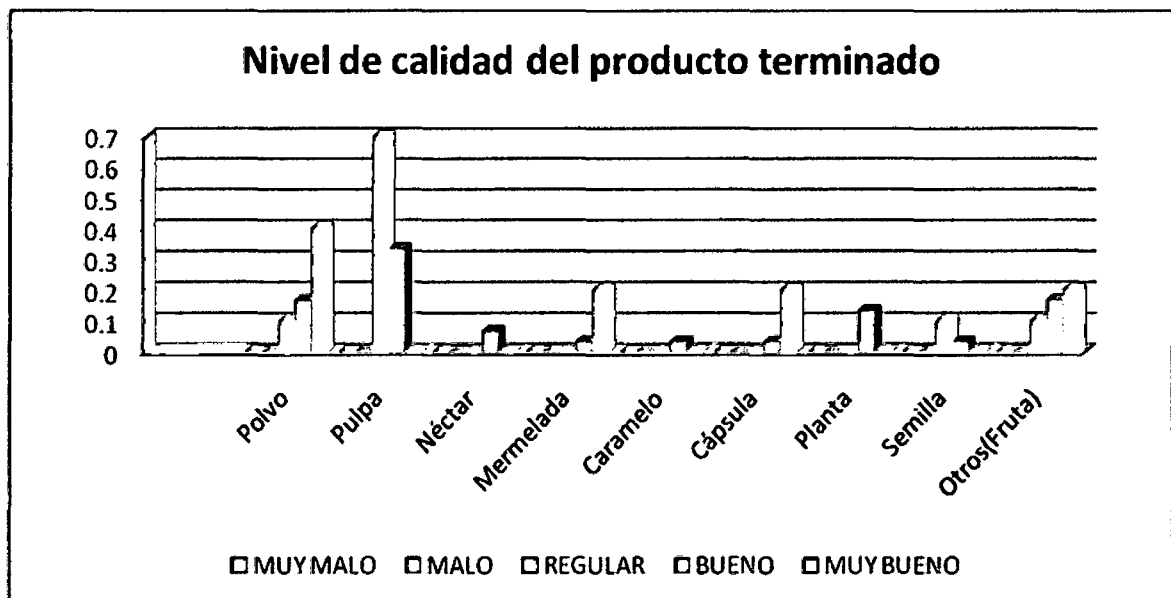
Gráfico 3.5



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al nivel de calidad del producto terminado se ha podido determinar que el polvo y la pulpa, que son las presentaciones que más se han exportado, presentan calidades variadas que van desde regular, bueno y muy bueno al igual que el néctar de calidad buena, la mermelada que resalta que es de buena calidad, lo mismo sucede con el caramelo, la capsula, planta, semilla y la fruta que también tiene una buena aceptación por su nivel de calidad que presenta.

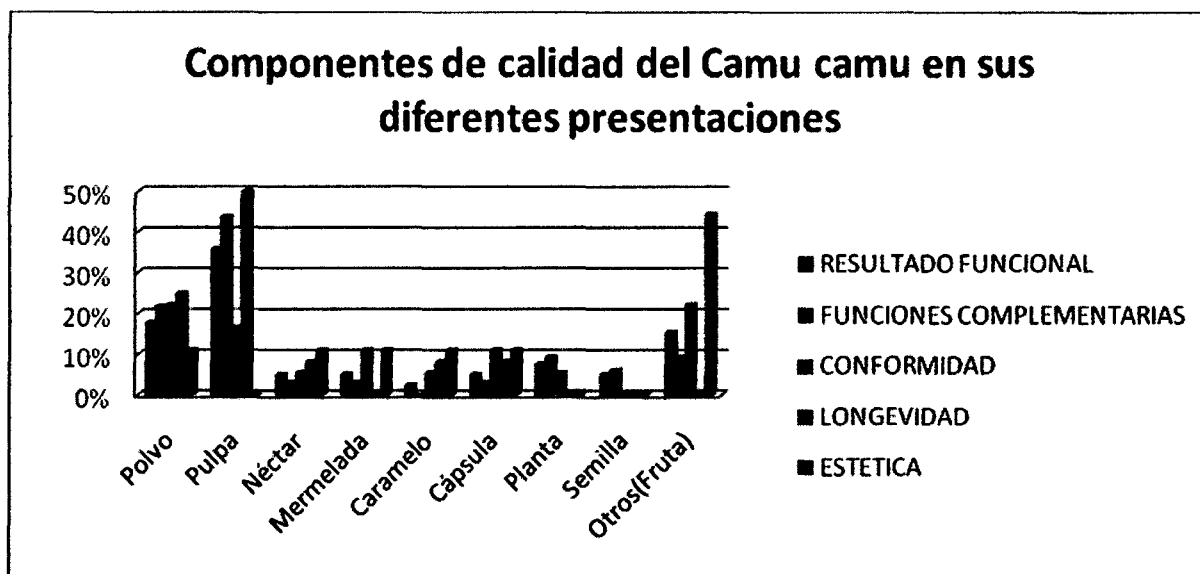
Gráfico 3.6



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3.7, se muestran algunos los resultados de los componentes de la calidad que presenta el camu camu en sus diferentes presentaciones. El polvo atomizado, la pulpa, el néctar, la mermelada, el caramelo, la semilla, la planta y el mismo fruto, además de cumplir con un elevado contenido de vitamina C, también cumple una función complementaria que genera beneficios a la salud, por lo cual le es atribuible el nombre de producto promisorio, por su enorme potencial, la conformidad con el producto por que realmente genera beneficios a la salud. El camu camu también cumple con un componente de la calidad muy importante que es la longevidad; ya que no es un producto nuevo, mas bien es un producto que ya tiene varios años en investigación y por la cual se valida todas sus propiedades; y por último la estética que presenta el camu camu es singular ya que lo hace como un producto altamente atractivo.

Gráfico 3.7



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la diversificación de los productos que se fabrican y/o exportan desde la ciudad de Iquitos el 61% de los encuestados manifestaron que no existe variedad, ya que los productos que han exportado son puntuales. En cambio el 39% manifestó que existe una diversificación moderada, ya que los productos que se exportan son los necesarios. Ninguno de los encuestados manifestó haber existido una elevada diversificación de los productos del camu

camu, ya que solo se exportaba materia prima (polvo, pulpa y fruto), por lo que los productos exportados eran puntuales.

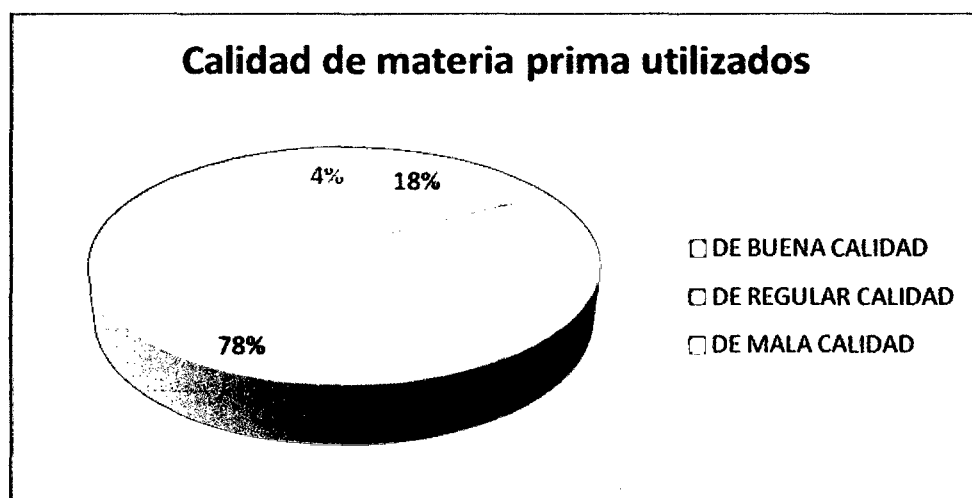
Gráfico 3.8



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 3.9, se puede determinar que la calidad de la materia prima utilizada en la elaboración de los productos del camu camu, en su mayoría es de regular calidad, un amplio 78% de los encuestados lo manifiesta.

Gráfico 3.9

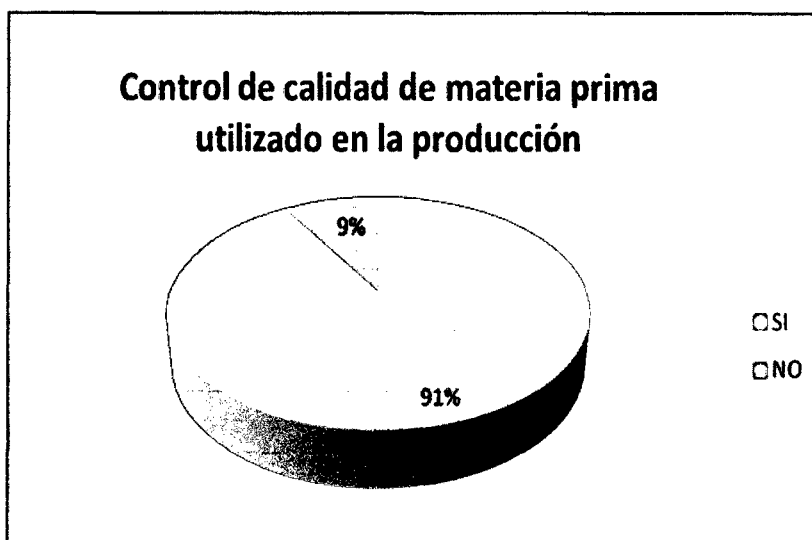


Fuente: Elaboración propia.

Un 18% de los encuestados manifiesta que la calidad de la materia prima utilizada es buena y solo un 4% menciona que es de mala calidad.

Con respecto al control de calidad de la materia prima utilizada en la producción, el 91% confirma de que si existe un estricto control de la calidad, ya que de ello depende garantizar productos de calidad, exigidos por el mercado internacional; con la aclaración de que no se tiene control sobre la materia prima en cuanto a su procedencia, ni el nivel de madurez en la que son cosechados estos frutos. El 9% menciona que no realizan ningún control debido a que no procesan el fruto para elaborar pulpa o polvo atomizado.

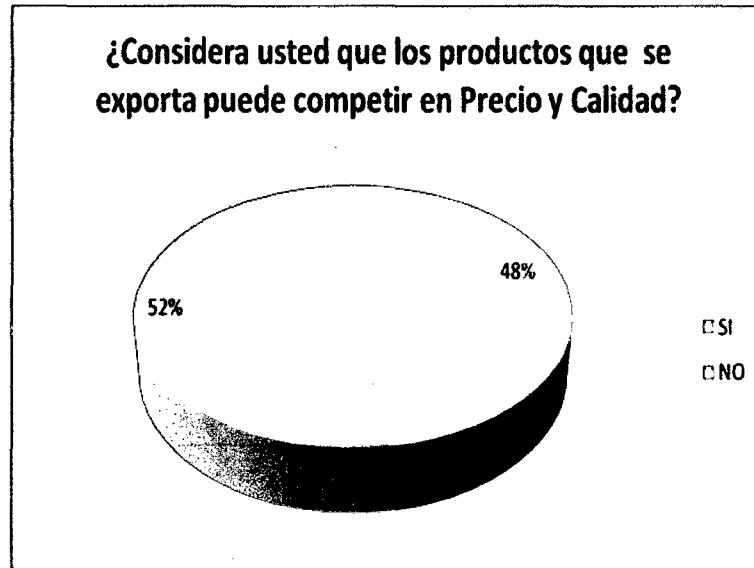
Gráfico 3.10



Fuente: Elaboración propia.

El camu camu en sus diferentes presentaciones presenta un enorme potencial para aprovechar su exportación a gran escala, aunque tiene algunas deficiencias; en el gráfico 3.11, el 52% de los encuestados manifiestan que si podemos competir en precio y calidad con respecto a otros productos similares que se producen en otros países; mientras que el 48% menciona que no podemos competir, debido a que el camu camu aun no se ha industrializado y se esta exportando productos sin valor agregado, en su mayoría.

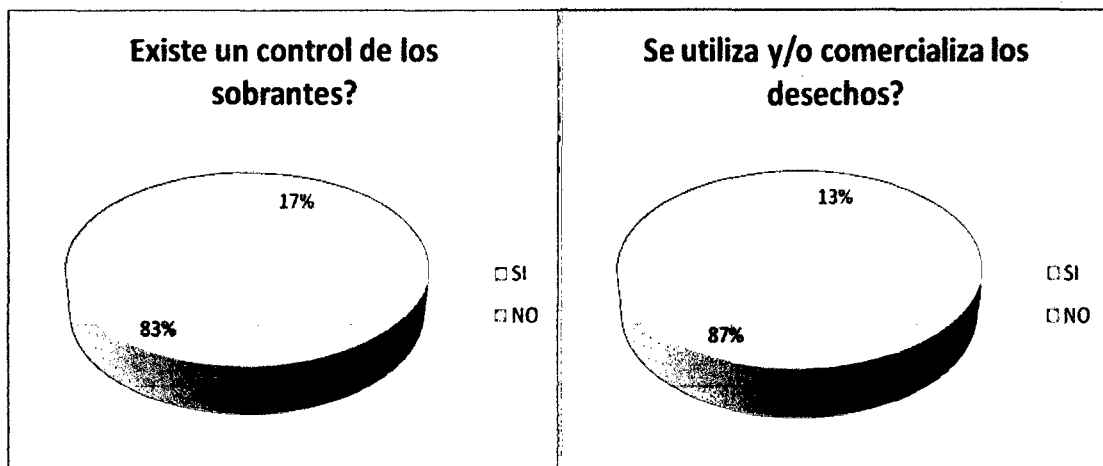
Gráfico 3.11



Fuente: Elaboración propia.

En todo proceso de producción siempre existe sobrantes y desechos, con respecto a este tema más del 83% menciona de que no existe un control de los sobrantes y el 87% manifiesta que no se utiliza o comercializa los desechos, ya que no se la encontrado alguna otra utilidad. Solo el 13% manifiesta que si le da un uso a las semillas y a la cáscara del camu camu.

Gráfico 3.12

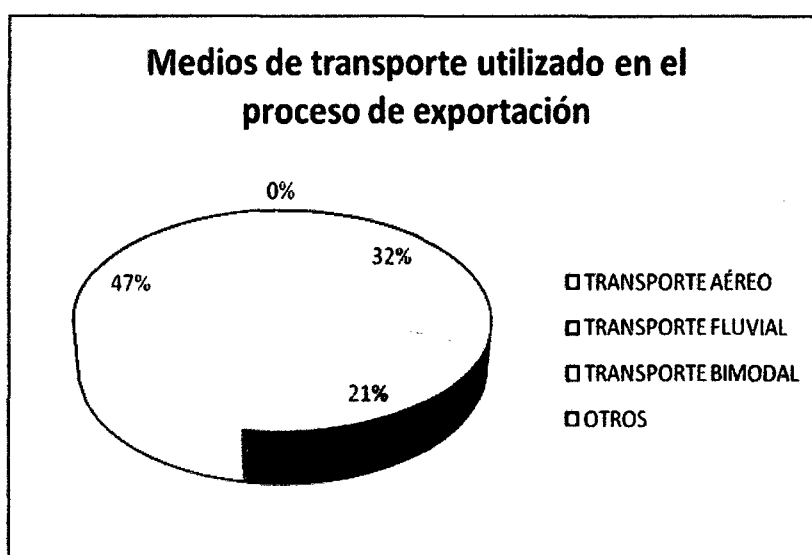


Fuente: Elaboración propia.

PARTE II: LOGÍSTICA DE TRANSPORTE

El medio de transporte utilizado en el proceso de exportación desde la ciudad de Iquitos es principalmente el transporte bimodal, el cual es utilizado por el 47% de los empresarios exportadores, seguido por el transporte aéreo que es utilizado por el 32% y finalmente el transporte fluvial que solo utiliza el 21% de las empresas exportadoras. La frecuencia de uso del medio de transporte obedece básicamente a un tema de tiempo requerido para la exportación, el cual es conocido por el importador respecto al tiempo de llegada de los productos y de la calidad.

Gráfico 3.13



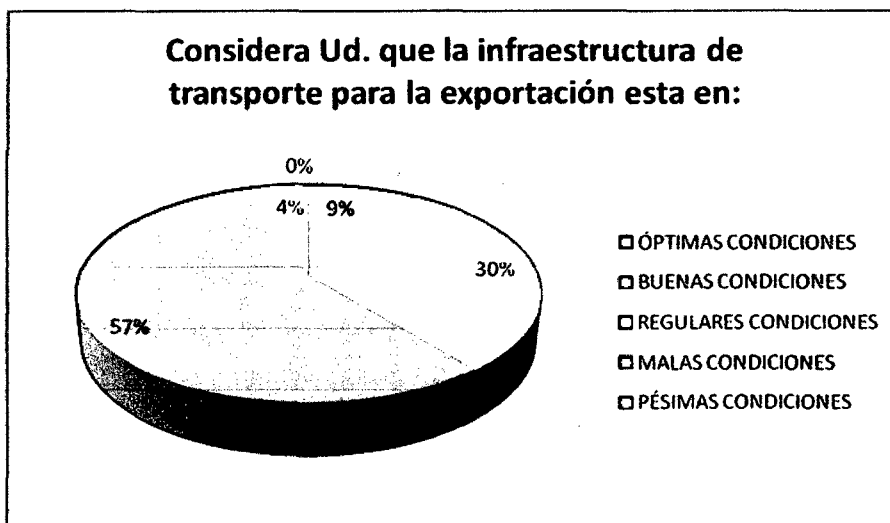
Fuente: Elaboración propia.

Una de las limitantes en utilizar otro medio de transporte, manifestada por los empresarios es la demora presentada por estos medios en todo el proceso, ya que este tema perjudica la competitividad del producto fabricado.

Un tema de vital importancia para ser competitivos y preocupante al mismo tiempo son, las actuales condiciones que presentan la infraestructura de transporte utilizada para la exportación. En el gráfico 3.14, se puede observar que el 57% de los encuestados coinciden que están en malas condiciones, el 30% manifiesta que esta en regulares condiciones, solo un

9% menciona que esta en buenas condiciones y el 4% reconoce que esta en pésimas condiciones.

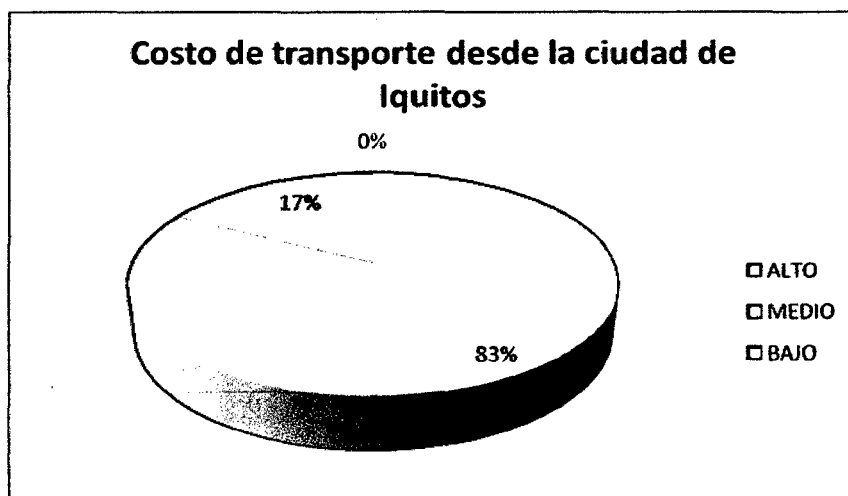
Gráfico 3.14



Fuente: Elaboración propia.

El costo de transporte desde la ciudad de Iquitos, respecto al ámbito nacional e internacional, el 83% considera que el costo de transporte es elevado, motivo que origina que se pierda competitividad respecto al mercado internacional; así mismo el 17% reconoce de que el costo de transporte no es alto y que tampoco es bajo, acepta estos costos como normales.

Gráfico 3.15



Fuente: Elaboración propia.

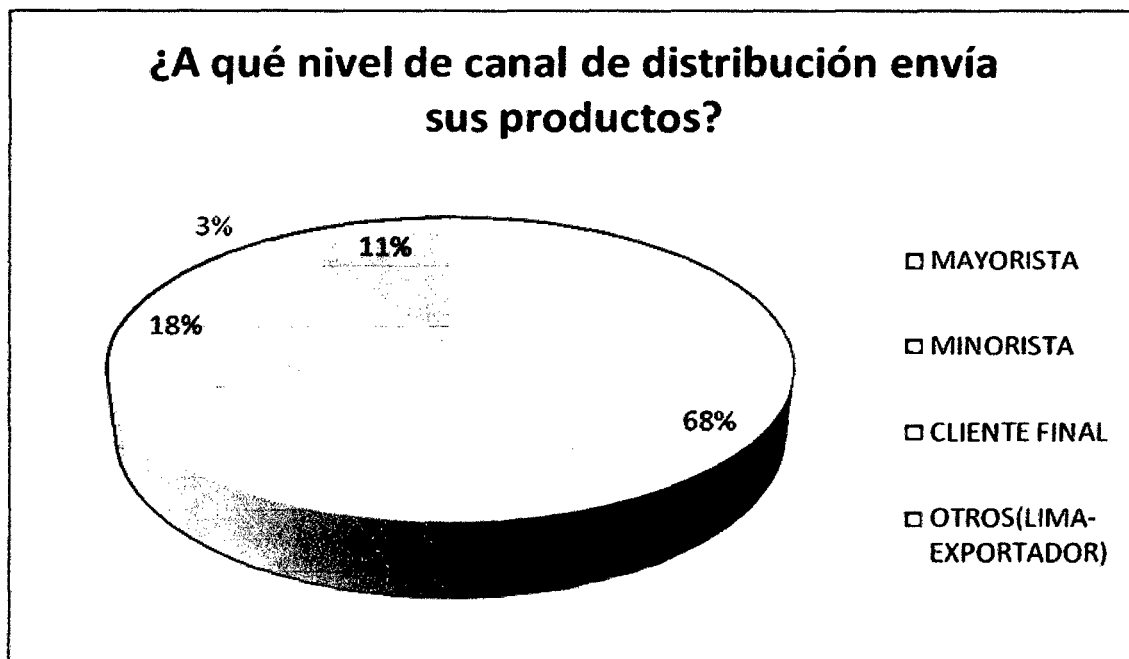
El 68% de las empresas exportadoras realizan venta de sus productos a los mayoristas, quienes son empresas que básicamente importan cantidades importantes de materia prima como la pulpa y el polvo atomizado, para posteriormente elaborar productos con valor agregado y distribuirlos a los minoristas.

El 18% de los exportadores realizan la venta directamente al minorista, los cuales son negocios que venden directamente a sus clientes a través de la fabricación de productos específicos.

El 3% de los encuestados manifiesta que realiza la venta al cliente final, básicamente los productos elaborados como cápsulas, caramelos, mermeladas, fruta y néctar.

El 11% manifiesta que sus productos son enviados a exportadores ubicados en la ciudad de Lima, quienes elaboran productos con valor agregado para posteriormente efectuar la exportación.

Gráfico 3.16



Fuente: Elaboración propia.



201

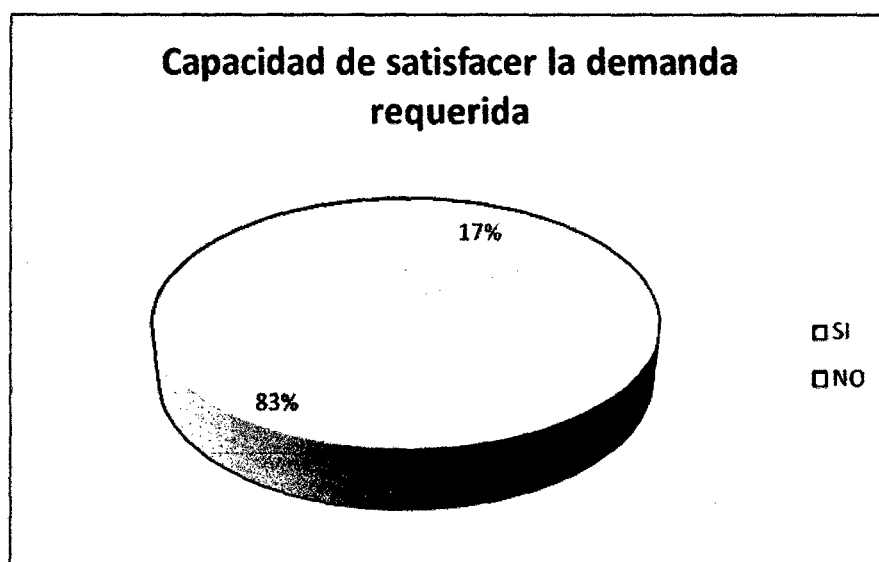
PARTE III : COMPETITIVIDAD

CAPACIDAD DE GESTIÓN.

Si bien es cierto que existe una importante demanda de camu camu en los mercados internacionales y que cuenta con un enorme potencial exportador, el 83% de las empresas exportadoras y productores manifiesta que no estamos en la capacidad de satisfacer la demanda requerida tanto en calidad como en cantidad por el mercado internacional.

Solo el 17% cree que si podemos satisfacer la demanda requerida, esto se debe básicamente a que solo algunas empresas han podido desarrollar el potencial exportador del camu camu.

Gráfico 3.17

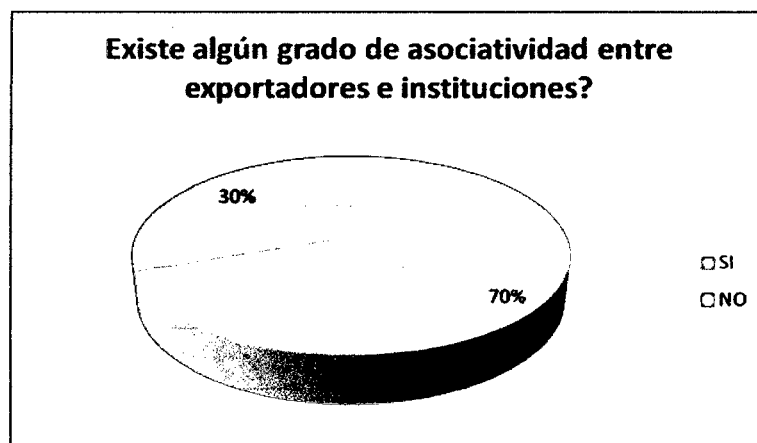


Fuente: Elaboración propia.

En la actualidad si existe un alto grado de asociatividad, pero aun incipiente; debido a que no se ha fortalecido integralmente a todos los involucrados, como son los exportadores, los productores, las instituciones públicas y privadas, ademas de las ONG.

En el gráfico 3.18, el 70% de los encuestados manifiestan que si existe un alto grado de asociatividad, promovido básicamente por el IIAP; y tambien con la creación de las "Asociaciones de Productores de Camu Camu".

Gráfico 3.18

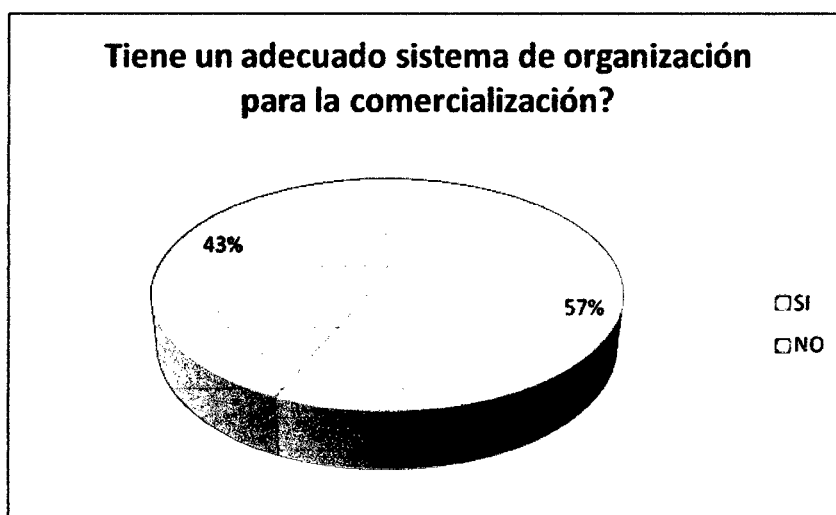


Fuente: Elaboración propia.

El 30% manifiesta que no existe asociatividad, en la que se hace referencia básicamente a los exportadores, ya que ellos manifiestan que no a habido intensión de asociarse, nivel en el que ni los productores y las instituciones han podido incidir para que exista una eficiente articulación.

El 57% de los encuestados menciona que tiene un adecuado sistema de organización para la comercialización de sus productos y un preocupante 43% menciona lo contrario, tal como se muestra en los resultados de encuesta en el gráfico 3.19.

Gráfico 3.19

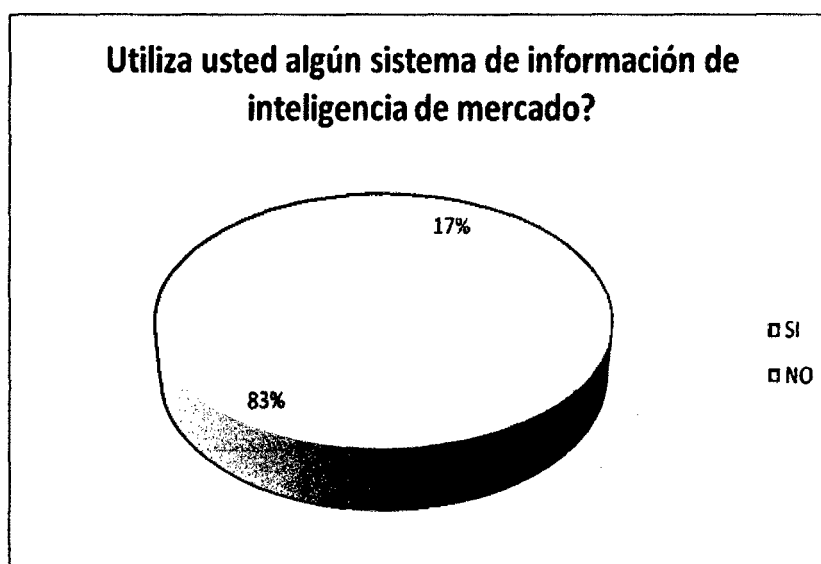


Fuente: Elaboración propia.

Uno de los elementos importantes en todo nivel de gestión de comercialización para la exportación, es la identificación de mercados potenciales; en la que se pudo comprobar de que el 83% de las empresas, menciona que no existe dentro de su empresa un área específica que se dedique a desarrollar un sistema de inteligencia de mercado, que es sólo exclusivo de algunas instituciones del Estado, como por ejemplo Promperu, debido al costo que genera, costo que si puede ser asumido ampliamente por algunas Instituciones.

El 17%, manifiesta que si han desarrollado un sistema de información, apoyado por instituciones que si proporcionan y facilitan este tipo de información.

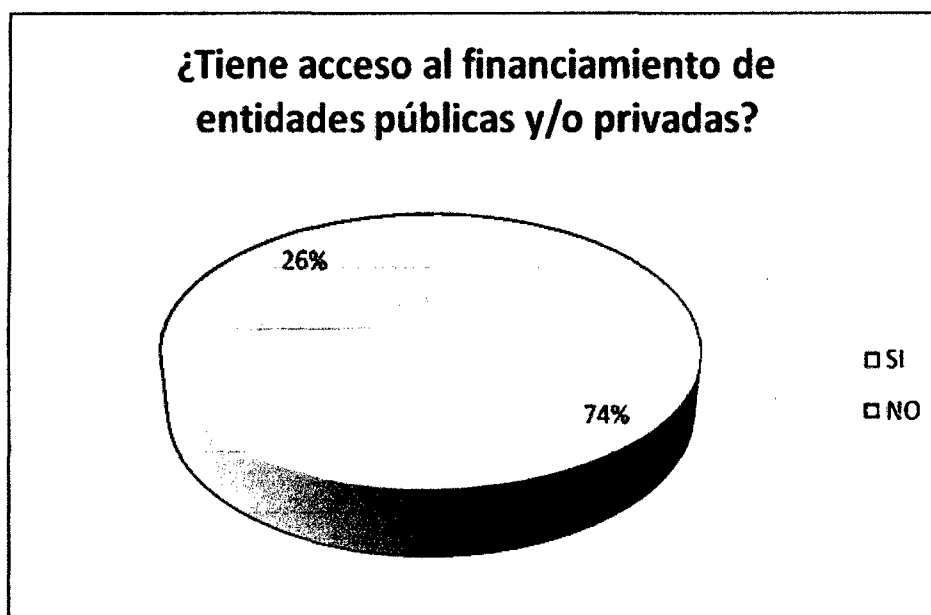
Gráfico 3.20



Fuente: Elaboración propia.

Las empresas expotadoras de camu camu, en su mayoría no han podido acceder al financiamiento, debido a que solo ha sido exclusivo para los productores de camu camu, por eso un limitado 26% de empresas manifiesta que no ha podido acceder al financiamiento.

Gráfico 3.21

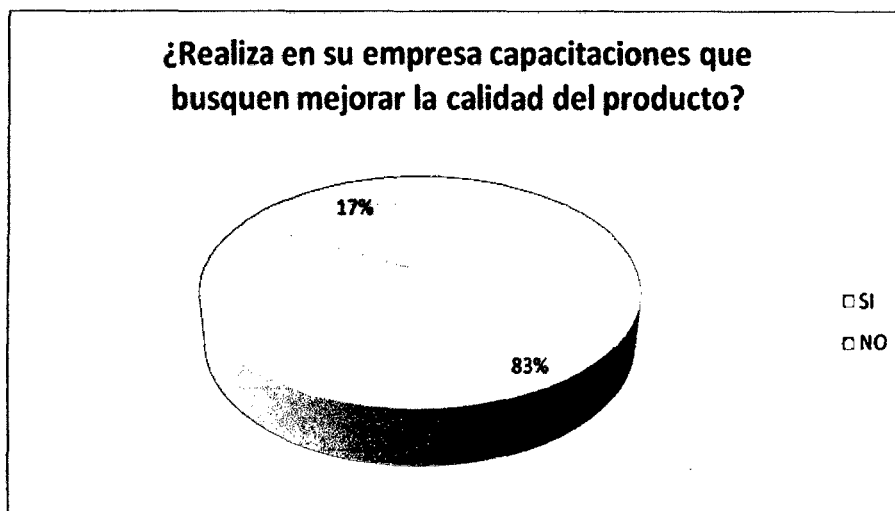


Fuente: Elaboración propia.

Del otro lado están los productores que si recibieron apoyo por parte exclusiva del Gobierno Regional, que a apoyado basicamente este sector para mejorar los niveles de producción del camu camu, el cual buscaba impulsar su desarrollo atraves del financiamiento de tecnología y recursos. Algunas instituciones como el IIAP y el INIA, recibieron tambien apoyo de organismo internacionales para hacer estudios especificos referidos al mejoramiento genético del camu camu que busquen acelerar su cosecha y mejorar la concentración de vitamina C.

En el gráfico 3.22, se resalta un elemento muy importante en la que el 83% de las empresas mencionan que si realizan capacitaciones constantes que busca mejorar la calidad de los productos fabricados a partir del camu camu. Solo un 17% menciona lo contrario.

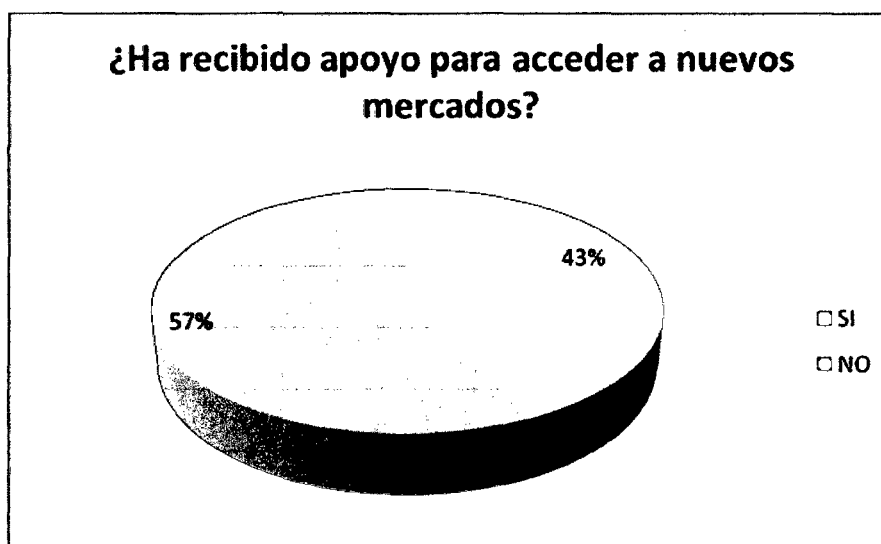
Gráfico 3.22



Fuente: Elaboración propia.

El 57% de las empresas exportadoras manifiestan que si ha recibido algún tipo de apoyo para acceder a nuevos mercados separando a Japón y Estados Unidos de este bloque, ya que el apoyo recibido está referido al ingreso de mercados como la Unión Europea, Rusia u otros. En cambio el 43% menciona no haber recibido ningún tipo de apoyo.

Gráfico 3.23

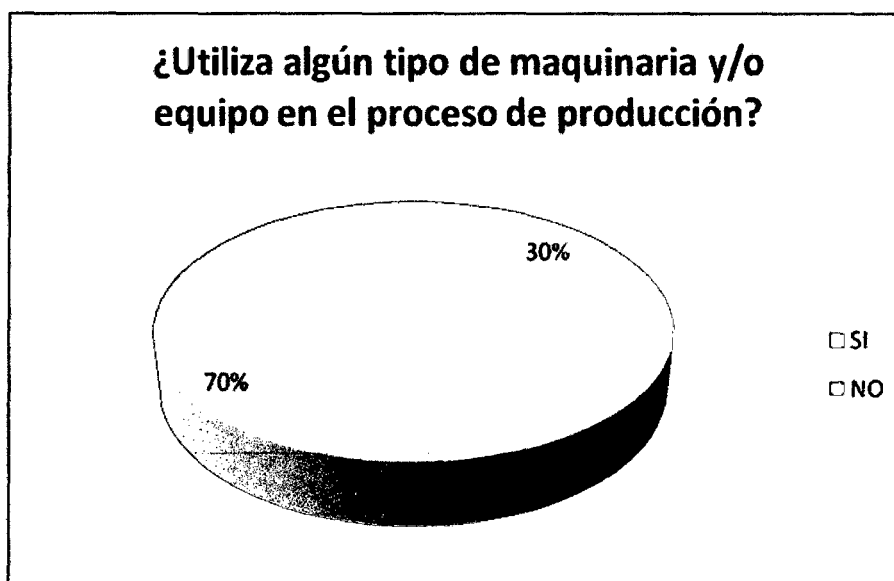


Fuente: Elaboración propia.

CAPACIDAD TECNOLÓGICA.

El 30% de las empresas cuentan con maquinarias y/o equipos para realizar la producción de camu camu, los cuales desarrollan trabajos como el pulpeado y el polvo atomizado. El 70% de estas empresa terceriza este proceso, por lo que se puede afirmar que no cuentan con maquinarias sificientes para desarrollar todo el proceso productivo.

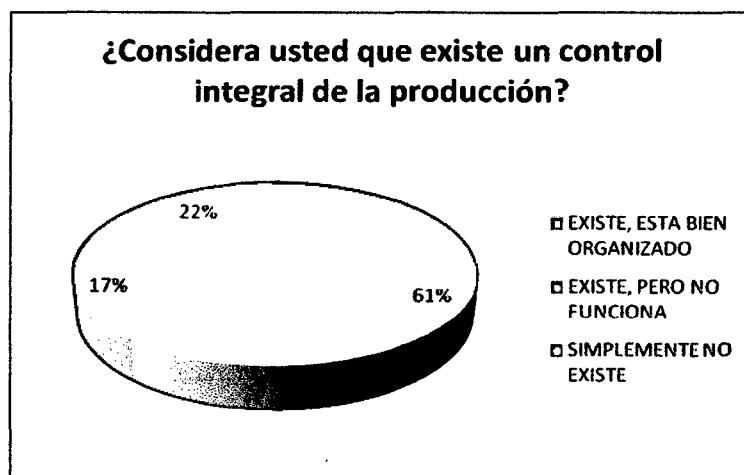
Gráfico 3.24



Fuente: Elaboración propia.

En el control integral de la producción el 61% menciona que si existe un control, el cual esta bien organizado dentro de la estructura productiva de la empresa, que se inicia desde la selección de la materia prima hasta el envio de los productos a sus difentes destinos. El 22% manifiesta de que no existe nigung control integral de la producción. Un 17% hace referencia a que si existe un control de la producción pero no funciona bien o esta obsoleta y no toma en cuenta los niveles mínimos de control.

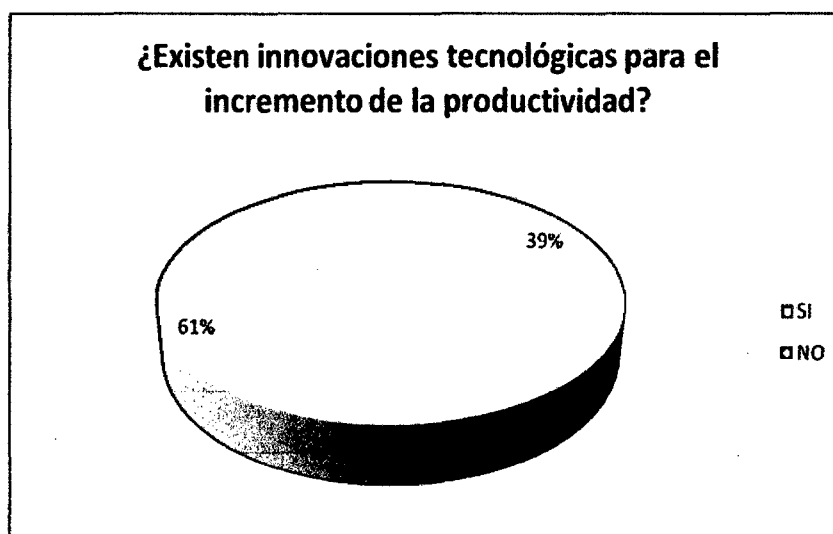
Gráfico 3.25



Fuente: Elaboración propia.

El 61% de los encuestados no toma en cuenta las innovaciones tecnológicas en su proceso productivo, ya que desconoce las que pudiesen existir para incrementar su productividad y el 39% manifiesta que si esta buscando desarrollar innovaciones tecnológicas con asesoría de instituciones como el IIAP entre otros.

Gráfico 3.26

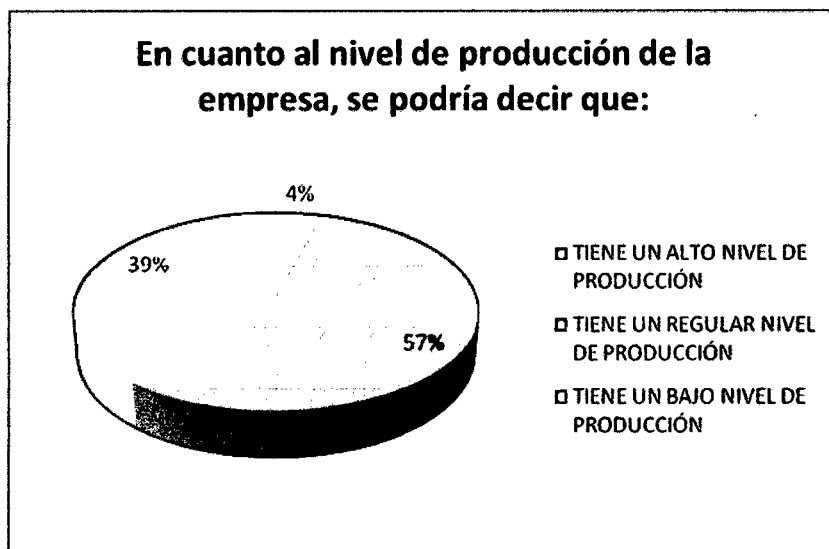


Fuente: Elaboración propia.

El 57% menciona que las empresas tienen un regular nivel de producción, el 39% manifiesta que tienen un bajo nivel de producción y solo un 4%

resalta que tiene un alto nivel de producción, lo cual contrasta enormemente con los actuales niveles de exportación de camu camu.

Gráfico 3.27



Fuente: Elaboración propia.

La estacionalidad en la producción perjudica enormemente todo el proceso productivo, por ello el 87% reconoce de que si existe tal situación y de que les impide satisfacer de manera continua la demanda requerida, solo un 13% menciona de que no existe tal situación y que si pueden atender sus pedidos con total normalidad, con la aclaración de que solo son pequeñas cantidades.

Gráfico 3.28

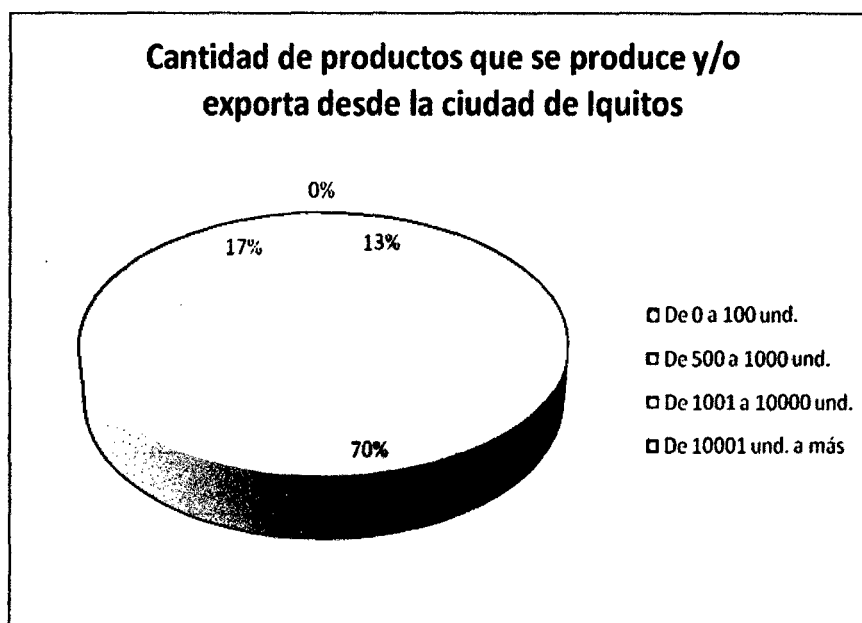


Fuente: Elaboración propia.

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES.

El 70% de los encuestados manifiesta que el volumen de sus exportaciones esta en el rango de 500 a 1000 unidades exportadas; el 17% solo ha exportado entre 1001 a 10000 unidades y el 13% ha exportado entre 0 a 500 unidades.

Gráfico 3.29

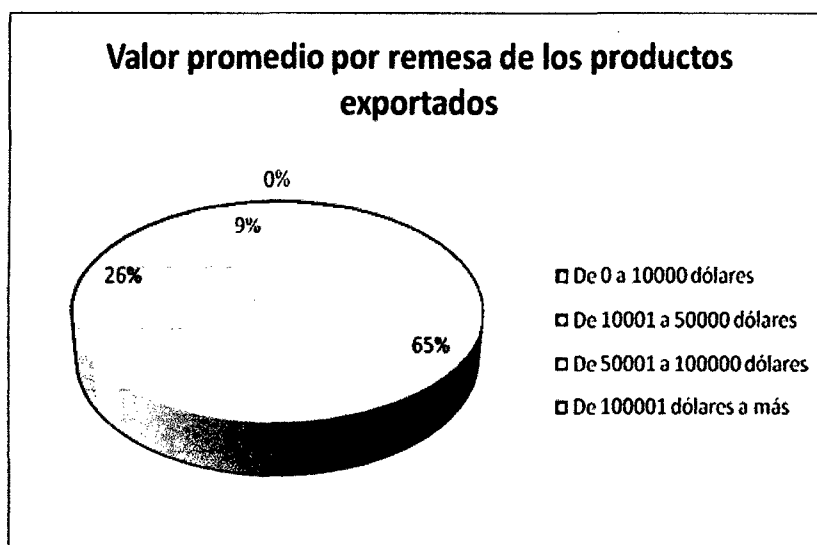


Fuente: Elaboración propia.

El 65% de los encuestados manifiesta haber tenido ingresos no superiores a los 10,000 dólares, el 26% declara haber tenido ingresos que oscilaron entre 10,001 y 50,000 dólares. Solo un 9% considera haber tenido ingresos superiores a los 50,001 hasta los 100,000 dólares.

Los ingresos por la exportación de camu camu en sus difentes presentaciones destacan básicamente dos, el primero es la pulpa de camu camu, y el otro es el polvo atomizado; en cambio el néctar, la cápsula, la mermelada, los caramelo, la semilla y la fruta, tambien se ha exportado pero en mínimas cantidades y no se ha visto un mayor desarrollo de estos productos a pesar de que son productos con valor agregado.

Gráfico 3.30



Fuente: Elaboración propia.

En el período de exportación analizado desde el año 1997 hasta diciembre del 2010, desde la ciudad de Iquitos se puede observar en el cuadro 3.1, que el año de mayor exportación se realizó en el año 2007, debido básicamente al boom exportador del camu camu y que existía una enorme demanda principalmente del mercado japonés donde era ampliamente requerido. En sus inicios en el período 1997 al 1999, no se exportó desde la ciudad de Iquitos, en el año 2000, solo se había exportado por valor de U\$D 72, lo cual solo representa una suma ínfima, respecto a la exportación de camu camu a nivel país.

A partir del año 2005 hasta el 2007, años en los que el camu camu alcanzó su máximo nivel de exportación llegando en el año 2007 una exportación superior al U\$D 1'520,000 cifra record de exportación para el camu camu, apoyado principalmente por instituciones públicas y privadas quienes fortalecieron todo el proceso productivo con la finalidad de mejorar e incentivar el cultivo, como alternativa de desarrollo económico y social de los pobladores de la Región Loreto y del empresariado loreto.

Desde el año 2008 hasta el año 2010, se puede observar una exportación nula de la Región Loreto, generada por un conjunto de factores que contribuyó a estar en el nivel de exportación en el que nos encontramos.

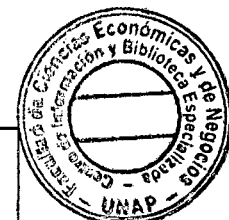
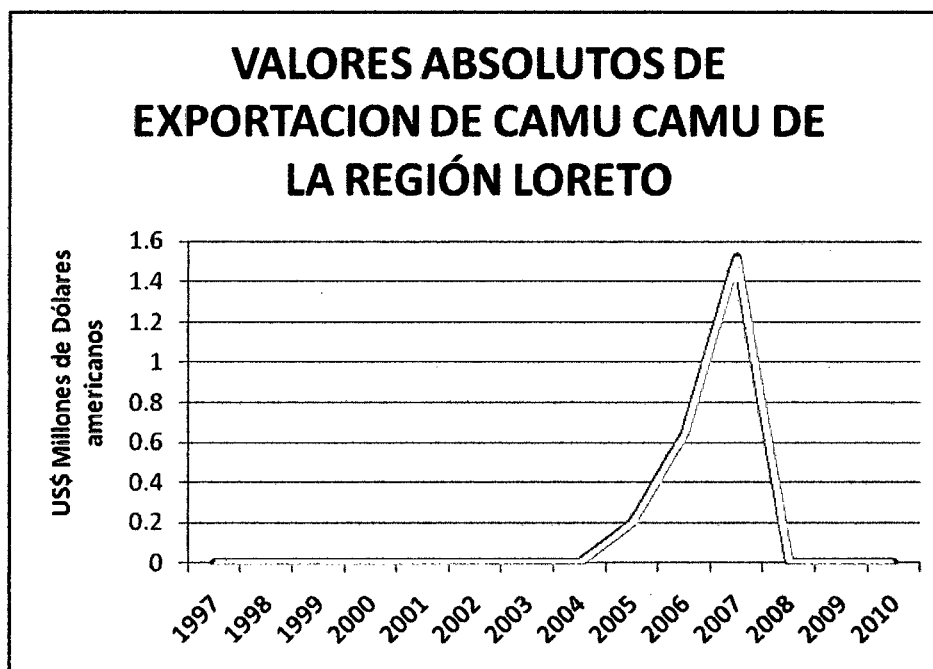
Cuadro 3.1

CUADRO A-01 VALORACION EN US\$ DÓLARES DE EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU EN LA REGIÓN LORETO PERIODO 1997-2010														
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
LORETO	0	0	0	72	0	0	0	0	195318	645932	1520000	0	0	0

Fuente: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana - SUNAT

La gráfica de los valores absolutos de los niveles de exportación del camu camu nos muestra una tendencia en crecimiento hasta el año 2007, reduciéndose significativamente en los años siguientes.

Gráfico 3.31



Fuente: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – SUNAT

En los principales destino de las exportaciones, resalta Japón como el principal destino de las exportaciones durante el período 1994-2010, cuya cifra superó los U\$D 10'300,000.00, el cual representa más del 76% del total de las exportaciones, en mismo período le sigue Holanda con más de U\$D 1'400,000.00, el cual representa más del 10%, le sigue Estados Unidos con un valor de exportación superior al U\$D 1'275,000.00, que representa más del 9% del total de las exportaciones realizadas, Canadá, Hong Kong y otros destinos solo representan el 1.56%, 0.65% y 1.76% respectivamente.

Se puede afirmar que durante el periodo 1994-2010, hubo una alta concentración en un solo destino como es el mercado de Japón, que se convirtió en el principal destino de nuestras exportaciones. En total se ha exportado camu camu a diferentes destinos por un valor que supera los U\$D 13'600,000.00.

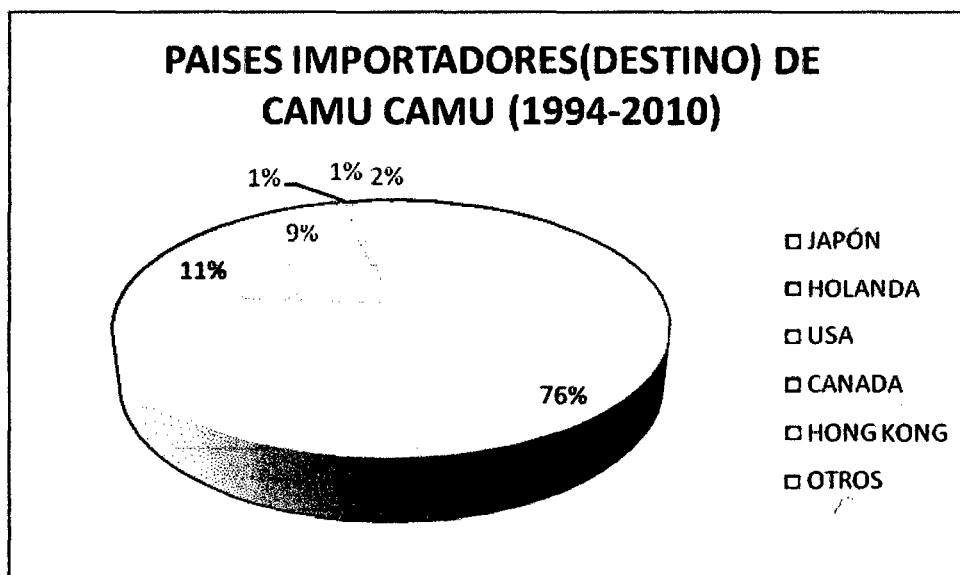
Cuadro 3.2

PAISES IMPORTADORES(DESTINO) DE CAMU CAMU (1994-2010)		
	MONTO	%
JAPÓN	10'361,081.00	76.10%
HOLANDA	1'437,406.00	10.56%
USA	1'275,729.00	9.37%
CANADA	211,879.00	1.56%
HONG KONG	88,870.00	0.65%
OTROS	239,900.00	1.76%
TOTAL	13'614,865.00	100.00%

Fuente: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana - SUNAT

Se puede observar el grado de participación de cada uno de los destinos de las exportaciones de camu camu en el siguiente gráfico.

Gráfico 3.32



Fuente: Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana - SUNAT

CONCLUSIONES.

- **La calidad del producto es uno de los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos y esto se explica de la siguiente manera:**
 - No se ha efectuado investigación toxicológica y clínica para confirmar científicamente las cualidades del camu camu, de manera tal que se pueda reposicionar en otros mercados como nutraceuticos.
 - Respecto al nivel de calidad del producto terminado el polvo y la pulpa, que son las presentaciones que más se han exportado, presentan calidades variadas que van desde regular, bueno y muy bueno al igual que las demás presentaciones como el néctar de calidad buena, la mermelada que resalta que es de buena calidad, lo mismo sucede con el caramelo, la capsula, planta, semilla y la fruta que también tiene una buena aceptación por su nivel de calidad que presenta.
 - La calidad de la materia prima utilizado en la elaboración de los productos del camu camu, en su mayoría es de mala y regular calidad.
 - El camu camu en sus diferentes presentaciones presenta un enorme potencial para aprovechar su exportación a gran escala, aunque tiene algunas deficiencias, debido a que no podemos competir en precio y calidad con otros productos similares de otros países, por que aun no se ha industrializado y se esta exportando productos sin valor agregado, en su mayoría.

- **La cantidad ofertada es uno de los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos y esto se explica de la siguiente manera:**
 - Todas las empresas reconocen que el producto camu camu, que se envía en sus diferentes presentaciones carece de valor agregado, por eso el 35% de las exportaciones de camu camu corresponde a la

pulpa congelada y camu camu en polvo, lo cual representa un 21% (referido básicamente al polvo atomizado).

- La producción del camu camu tiene un enorme problema de estacionalidad para el abastecimiento de la materia prima, que origina un desabastecimiento del mismo, ya que sólo lo se cosecha y se produce camu camu en los meses de diciembre a marzo, el cual no motiva a los empresarios a realizar inversiones en la producción que permita eliminar el problema de la estacionalidad.
- Existe enormes limitaciones para una mayor producción, en el ámbito del extractivismo, incluyen la pérdida de fruta por inundación, el difícil acceso a algunas poblaciones cuando los niveles del río están bajos, y la falta de capacidad operativa para la cosecha o procesamiento, incluyendo mano de obra, canoas, botes, motores, y envases. Gran parte de estas limitaciones se superan cuando se trata de plantaciones, sea en áreas inundables o en tierra firme. Si bien es posible cosechar la fruta sin afectar la capacidad regenerativa de las poblaciones naturales, existe el riesgo de uso no-sostenible de las poblaciones naturales. Con frecuencia, la cosecha se efectúa cortando las ramas o desprendiendo las hojas, de tal manera que se daña a las plantas. En los rodales naturales, pese a no contar con demanda para ese estado de maduración, se han cosechado en ocasiones frutos verdes, con la consiguiente merma de la calidad del producto. También se han observado varias respuestas a situaciones de escasez. Estas incluyen, asignaciones de uso exclusivo de rodales a familias, como se hace en El Estrecho, o proteger lagos enteros a nivel comunal, como se hace en las cochas Sahuá-Supay, cerca de Genaro Herrera.
- Existe un alto riesgo de que parte de los productores abandonen las plantaciones por la crisis de la demanda (principalmente en Loreto), se prevé para los años 2012-2013 un incremento significativo de la oferta procedente de plantaciones ubicadas principalmente en áreas inundables de Loreto y Ucayali.

- La escases en el abastecimiento de materia prima para la producción del camu camu en sus diferentes presentaciones es uno de los problemas que manifiestan tener los exportadores de camu camu, en tal sentido el 52% de los exportadores manifestaron haber tenido este problema, el cual les ha generado problemas para poder cumplir con los pedidos continuamente de sus clientes.
- **La logística de transporte es uno de los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos y esto se explica de la siguiente manera:**
 - No se ha brindado el soporte logístico adecuado para facilitar la exportación del producto a la costa, incluyendo la instalación de cadenas de frío.
 - No se implementan las Normas Técnicas Peruanas del camu camu para mejorar las diferentes etapas del sembrío, cosecha y transporte de la fruta.
 - Las necesidades de infraestructura reflejan un enfoque estratégico para el desarrollo de la oferta en el mediano y largo plazo. Hay cuatro ciudades distribuidas en áreas donde existe una concentración de plantaciones naturales y artificiales de camu camu: El Estrecho, Iquitos, Requena y Pucallpa; de las cuatro, sólo Pucallpa está conectada a Lima vía terrestre.
 - La frecuencia de uso del medio de transporte obedece básicamente a un tema de tiempo requerido para la exportación, el cual es conocido por el importador respecto al tiempo de llegada de los productos y de su efecto en la calidad.
 - Existe limitaciones respecto a la utilización de otro medio de transporte diferentes al bimodal, aéreo y fluvial. Los empresarios manifiestan que existe una demora significativa al utilizar estos medios de transporte en el proceso de exportación, lo que perjudica la calidad inicial del producto fabricado.
 - La infraestructura de transporte utilizada para la exportación esta en malas condiciones y algunos casos en pésimas y su costo es elevado, motivo que origina la perdida de competitividad.

- **La competitividad es uno de los factores que determinan el nivel de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos y esto se explica de la siguiente manera:**

Capacidad de Gestión.

- No existe en Loreto una política definida de apoyo, mantenimiento y desarrollo al cultivo y comercialización del camu camu
- No se han efectuado campañas masivas de información y concientización sobre las ventajas del uso del camu camu, a nivel Perú (mercado interno), lo cual ocasiona una baja demanda del mismo a pesar de conocer su gran aceptación por los consumidores locales.
- Si bien es cierto que existe una importante demanda del camu camu en los mercados internacionales y que cuenta con un enorme potencial exportador, pero la mayoría de empresas exportadoras y los productores manifiestan, que no estamos en la capacidad de satisfacer la demanda requerida tanto en calidad como en cantidad por el mercado internacional.
- En la actualidad existe un grado de asociatividad incipiente; debido a que no se han fortalecido integralmente con todos los involucrados, como son los exportadores, los productores, las instituciones públicas y privadas, además de las ONG. En lo que respecta a los agricultores no tienen la asociatividad necesaria para actuar como un grupo agrícola, lo cual les genera muchas desventajas.
- No hay estudios de mercado actuales de acuerdo a las nuevas tendencias del mercado y potencial consumo en otros países distintos al Japón.
- La debilidad de la promoción de la producción, procesamiento y mercadeo así como de la organización de los grupos protagonistas puede constituirse en factores desequilibrantes para la sostenibilidad

del aprovechamiento de la especie. Bajo estas condiciones, sería complicado lograr un abastecimiento estable en volumen y calidad. El fortalecimiento de la actividad de promoción de plantaciones alternativas en pisos fisiográficos relativamente más altos pero también inundables, constituye un rubro importante a ser considerado entre las estrategias que busca el mejoramiento en la promoción de este producto.

- Uno de los elementos importantes en todo nivel de gestión de comercialización para la exportación, es la identificación de mercados potenciales y la mayoría de empresas, menciona que no existe dentro de sus gestión un área específica que se dedique a desarrollar un sistema de inteligencia de mercado, que es solo exclusivo de algunas instituciones del Estado, como por ejemplo Promperu, debido al costo que genera, costo que si puede ser asumido ampliamente por algunas Instituciones.
- No hay un compromiso claro del Gorel de apoyar la comercialización del producto procesado, porque no asigna suficiente presupuesto a las instituciones vinculadas para que los empresarios participen en las diferentes ferias especializadas que se relizan en el mercado internacional.
- Las empresas exportadoras de camu camu, en su mayoría no han podido acceder al financiamiento, debido a que solo ha sido exclusivo para los productores de camu camu. Del otro lado estan los productores que si recibieron apoyo por parte exclusiva del Gobierno Regional, que a apoyado basicamente este sector para mejorar los niveles de producción del camu camu, el cual buscaba impulsar su desarrollo a través del financiamiento de tecnología y recursos. Algunas instituciones como el IIAP y el INIA, recibieron tambien apoyo de organismo internacionales para hacer estudios especificos referidos al mejoramiento genético del camu camu que busquen acelerar su cosecha y mejorar la concentración de vitamina C.

- Un elemento muy importante en la que el 83% de las empresas mencionan que si realizan capacitaciones constantes que busca mejorar la calidad de los productos fabricados a partir del camu camu. Solo un 17% menciona lo contrario, que son empresas que solo fabrican productos específicos como la pulpa del camu camu en la que no existe estándares de calidad para su producción. El 57% de las empresas exportadoras manifiestan que si ha recibido algun tipo de apoyo para acceder a nuevos mercados separando a Japón y Estados Unidos de este bloque, ya que el apoyo recibido esta referido al ingresos de mercados como es la Unión Europea.

La capacidad tecnológica.

- Acelerar la interconexión con el Sistema Integrado Nacional de Energía Eléctrica.
- El 70% de las empresas no cuentan con maquinarias y/o equipos para realizar la producción de camu camu, ya que terceriza el proceso. El 30% desarrollan trabajos como el pulpeado y el polvo atomizado, por lo que se puede afirmar que no cuentan con maquinarias suficientes para desarrollar todo el proceso productivo.
- Con respecto al tema del control integral de la producción el 61% menciona que si existe un control, el cual esta bien organizado dentro de la estructura productiva de la empresa, que se inicia desde la selección de la materia prima hasta el envío de los productos a sus difentes destinos. En cambio el 22% manifiesta de que no existe nignun control integral de la producción, en este rango se encuentran principalmente los productores y algunos exportadores, quienes manifiestan que aprovechan la materia prima en su totalidad para generar pérdidas en el futuro de su capacidad productiva, lo que si les perjudica en su relación con sus clientes. Un 17% hace referencia a que si existe un control de la producción pero no funciona o esta obsoleta y no toma en cuenta los niveles mínimos de control.

- El 61% no toma en cuenta las innovaciones tecnológicas en su proceso productivo, ya que se desconoce las que pudiesen existir para incrementar la productividad; el 39% manifiesta que si estan buscando desarrollar innovaciones tecnológicas con asesoría exclusiva de Instituciones como el IIAP.
- La estacionalidad en la producción de cualquier empresa perjudica enormemente a todo proceso productivo, en ese sentido el 87% reconoce de que si existe tal situación y de que les impide satisfacer de manera continua la demanda requerida, solo un 13% menciona de que no existe tal situación y que si pueden atender sus pedidos con total normalidad, con la aclaración de que solo son pequeñas cantidades.

Conclusión General

El resultado de la investigación realizada ratifica la hipótesis general propuesta en la investigación, ya que los factores que determinan los niveles de exportación de camu camu en la ciudad de Iquitos, son la calidad del producto, la cantidad ofertada, la logística de transporte y la competitividad de las empresas exportadoras.

RECOMENDACIONES.

A LA CALIDAD DEL PRODUCTO.

- Es necesario resolver la situación con respecto a los rodales naturales, los cuales deben buscar a protección de estos recursos naturales, el mejoramiento de los niveles de ácido ascórbico y la continuidad en la producción.
- Se debe implementar para el mercado interno, la necesidad de desarrollar campañas de concientización del valor de la vitamina C natural en la dieta cotidiana a través de cooperación interinstitucional de los sectores público y privado.
- Debido a sus características de materia prima, sin mayor valor agregado, el camu camu es todavía un *commodity*, sin distinción de origen ni manejo del cultivo –salvo su alto contenido de vitamina C y producción, supuestamente orgánica. Una estrategia fundamental es el desarrollo de una imagen asociada exclusivamente con la producción peruana de camu camu (semejante a la distinción que Colombia ha establecido para su café).
- Las características del suelo, son muy diversas en términos físico-químicos y de inundabilidad, características que son muy críticas a la hora de elegir el sitio para plantar camu-camu. Se debe tomar en cuenta, las características del suelo y de inundabilidad, con la finalidad de evitar mayores complicaciones para la viabilidad técnico-económica y social, expresada en tiempo para la cosecha comercial.

A LA CANTIDAD OFERTADA.

- Se hace necesario desarrollar demanda interna, regional y nacional como opción alternativa al mercado externo.
- Se recomienda también, considerar la opción agroindustrial del camu-camu, el cual es una oportunidad con atributos de sostenibilidad nunca antes vista en la región, pero esto debe desarrollarse alrededor de un Plan Estratégico Concertado, que sobre todo, diversifique la presentación de los productos acabados y los destinos del mercado, incorporando el desarrollo del mercado interno.

- La producción de pulpa cruda obtenida de la fruta de camu-camu procedentes de los bosques naturales, así como de las plantaciones privadas que hasta la fecha se realizan en la amazonía peruana, producirá una importante oferta de materia prima para exportación que traerá como consecuencia la disminución del precio en el mercado internacional de este producto que al momento oscila entre US\$ 2.8 y US\$ 3.5 por kilogramo de pulpa cruda.

A LA LOGÍSTICA DE TRANSPORTE.

- Con respecto a las necesidades de infraestructura para reducir los costos de flete y transporte, es recomendable en el caso de Ucayali, hacer mejoras en el mantenimiento de la carretera Jorge Basadre y en el caso de Loreto, culminar la construcción del aeropuerto en El Estrecho, y hacer las obras necesarias de mantenimiento en Requena. Estos proyectos son necesarios no sólo para el camu camu sino también para el desarrollo económico regional y facilitar el acceso directo a Lima, vía aérea y por carretera. Además, en el caso de Requena donde hay más potencial para el cultivo de plantaciones artificiales, se necesita el apoyo para la modernización de la planta eléctrica de la localidad.
- El mejoramiento de la infraestructura exportadora en especial del sistema de distribución física de la producción agropecuaria. En este sector se percibe claramente el impacto de la distribución física sobre su competitividad.
- Se debe buscar el desarrollo de un sistema eficiente, para lo cual se debe implementar cámaras de refrigeración en comunidades seleccionadas por su ubicación estratégica, cercanas a plantaciones naturales y artificiales, y también por su participación activa en el cultivo, incluyendo el manejo y cosecha de camu camu. Estas cámaras tendrían una capacidad aproximada de 30 TM de fruta fresca, a una temperatura de 5 grados centígrados, con energía solar (eliminando problemas asociados con el costo y control de la energía de combustible). Esta maquinaria podría facilitar la preservación de la fruta procedente de las comunidades

productoras, apoyando la cosecha sólo del fruto apropiado, contribuyendo a la reducción de pérdida en el manejo post-cosecha del producto, y proveería más oportunidades a las comunidades para negociar los precios de la fruta.

A LA COMPETITIVIDAD.

- Las empresas exportadoras deberán solicitar apoyo a la cooperación internacional, un apoyo decidido para que financie el desarrollo de los estudios de mercado actualizados y en los diferentes mercados del mundo, incluyendo la Unión Europea, así como en los países con los que Perú tiene suscritos TLCs, para conocer a cabalidad las tendencias reales de preferencias de consumo del camu camu. Así como la relación de compradores potenciales, en todo el mundo. Y continuar articulando entre el sector privado y el público.
- Se debe fomentar la promoción de alianzas estratégicas entre los agroindustriales y productores es un papel importante del Estado. Este tipo de actividad es más facilitación que intervención, para asegurar fluidez en el proceso de comercialización, beneficiando a los dos sectores.
- Especializar un plan de investigación de la asociación de camu camu con otros cultivos, no sólo para la optimización de rendimientos y utilidades, sino también para el control de plagas y enfermedades, sin el uso de pesticidas, para mantener las exigencias orgánicas de los mercados internacionales.
- Se recomienda aplicar el concepto de eco-marketing en la promoción de la imagen del camu camu en los mercados internacionales y también en el mercado doméstico. Este tipo de posicionamiento utiliza las fortalezas de los orígenes amazónicos del producto y la preservación del medioambiente, como factores complementarios del producto 100% orgánico.
- Es recomendable concentrar las actividades de producción y desarrollar un sistema de abastecimiento del fruto maduro en algunos pueblos de las regiones, que abastecen de materia a las empresas exportadoras. Tal sistema de producción y acopio tendría la meta de reducir la merma de los frutos cosechados y aumentar la oferta constante, durante la época de cosecha. Es factible que esta infraestructura para el apoyo de las

comunidades ribereñas, podría asegurarse desde las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales con el apoyo de la cooperación internacional.

- Es urgente el desarrollo agroindustrial sostenible del camu-camu en el país, por ser un producto de origen peruano, mediante la elaboración de un plan de inversión a corto plazo, logrando de este modo el despegue industrial de esta especie. El plan deberá considerar un estudio de mercado nacional e internacional que permita asegurar el desarrollo de estos productos con la calidad requerida por esos mercados a los cuales hay que atender de manera oportuna y a costos competitivos.
- De acuerdo con el Decreto Supremo N° 046-99-AG del 24 de noviembre de 1999, que establece disposiciones para la promoción de plantaciones de camu-camu, se prohíbe su salida en material genético en pulpa y en semilla. De esta manera se promueve una corriente muy positiva para el desarrollo agroindustrial de esta especie, lo que obligaría a los productores, inversionistas y exportadores a generar una oferta exportable de productos bandera que podría generar en un futuro no muy lejano el desarrollo y progreso de la región amazónica peruana, aprovechando de esta manera las exoneraciones tributarias otorgadas en el marco de la Ley de Inversión en la Amazonía.
- Debe elaborarse un Plan Estratégico Regional de desarrollo del camu-camu, (se tiene como referente el Programa Nacional de Camu-camu 2000-2020) con conceptos y criterios muy claros sobre la zonificación y medidas para enfrentar la crisis global del mercado y del cambio climático que ya está impactando negativamente sobre la actividad.
- Con respecto a la política comercial, el Perú debe seguir apostando por los intercambios comerciales con socios estratégicos, sin dejar de observar temas ambientales y laborales en los mismos.
- Las empresas deben procurar mejorar la poca asociatividad que muestran actualmente, deben crear una agenda de trabajo en la que se integren los intereses del sector y llegar a un punto en que el común de ellos vele por un objetivo en conjunto.
- Además, se debe gestionar herramientas de crédito de fácil acceso al empresariado.

- **Logro de Alianzas estratégicas (desde regionales hasta internacionales). La base de la competitividad es la integración, por lo que el establecimiento de redes es el objetivo principal bajo el cual debe regirse el sector; aprovechar el know-how de los socios, conseguir financiamiento, ingreso a nuevos mercados, incremento de las ventas, todas son consecuencias positivas de la integración.**

BIBLIOGRAFÍA.

- Metodología de la Investigación, Hernández R., Fernández C. y Baptista P., México, Mc Graw-Hill Interamericana Editores, Tercera Edición, 2003.
- Metodología para la Investigación Científica, Sergio Carrasco Díaz, Lima-Perú, Editorial San Marcos, Primera Edición, 2005.
- Comercio y Mercadotecnia Internacional, Metodología para formulación de estudios de competitividad empresarial, Alejandro Eugenio Lerma Kirchner, México, International Thomson Editores, Tercera Edición, 2004.
- Marketing Estratégico, Jean-Jacques Lambin, Mc Graw-Hill Interamericana de España, Tercera Edición, 2003.
- Los Factores de la Competitividad en el Perú, Mario D. Tello, CENTRUM PUCP, Primera Edición, 2005.
- Plan de Mejoramiento Genético de Camu Camu, Pinedo M., Linares C., Mendoza H., Anguiz R., Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana, Iquitos-Perú, Primera Edición, 2004.
- Camu-Camu (*Myrciaria dubia*-mirtaceae), Aportes para su aprovechamiento sostenible en la Amazonía Peruana, Proyecto: "Evaluación genética de las plantas superiores de Camu Camu de Loreto y Ucayali", Convenio IIAP-FINCyT, Contrato N°41 FINCyT-PIBAP-2009, Mario Pinedo Panduro, César Delgado Vásquez, Ricardo Farroñay Peramas, Sixto Imán Correa, Jorge Villacrés Vallejo, Lizardo Fachín Malaverri, Carlos Oliva Cruz, Carlos Abanto Rodríguez, Ricardo Bardales Lozano, Rodney Vega Vizcarra.
- **Agroexportación:** (página web, www.biocomercio.org).
- **Bebidas Nutraceuticas:** (N. Salas de la T., E. Estrada A., R. Lengua C., J. Pino G., R. Alvis D.,D. Bazán G., E. Becerra V., J. Sandívar R., M. Carhuancho A., A. Osorio A., V. R. Caja R. Proceso para Obtener Bebida Nutraceutica a partir de *Myrciaria Dubia* (Camu Camu), Orientado a Reducir Efecto Genotóxico en Niños de Edad Escolar, 2009).
- **Biodiversidad:** (F. Javier Martinez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007).
- **Cadena Productiva:** (Prompex, Identificación de Sectores para la Realización de Estudios de Mercado de Tres Productos Específicos, 2006).
- **Competitividad:** (M. Tello, 2005. p.49).

- **Competitividad Sistémica.** (Meyer-Stamer. 1998. p.94).
- **Comportamiento de las exportaciones.** (F. Javier Martínez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007).
- **Desarrollo económico:** (Banco Mundial).
- **Desarrollo sostenible:** (Banco Mundial).
- **Exportación:** (Banco Mundial).
- **Productos Orgánicos:** (F. Javier Martínez R. Perú: Guía Comercial de Productos Orgánicos, 2007).
- **Productos promisorios:** (M. Rivarola Del Solar, Camu Camu: Una Ácida y Valiosa Alternativa, 2008).
- **Tecnología:** (G. Barcelli. 1997).
- **Vitamina C o Ácido Ascórbico:** (K. Hughes, Potencial del Camu Camu y Sacha Inchi en el Mercado Estadounidense, 2009).

INTERNET O PÁGINAS WEB

- <http://www.minag.gob.pe/sisnex/exportando/partidaIN>
- <http://www.inia.gob.pe/frutanacional>
- <http://www.incagro.gob.pe/WebIncagro/detalleArticulosBanner.do?codigoArticulo=000172>
- <http://www.agroloreto.gob.pe/?q=search/node/camu%20camu>
- <http://www.promperu.gob.pe/siicex.gob.pe/siicex/portall5ES.asp?page=172:171>
- <http://www.senasa.gob.pe/0/generales/BusquedaSimple.aspx?PFL=O&TXT=camu%20camu>
- <http://www.iiap.org.pe/proamazonia/Sbiocomercio/principal.aspx>
- <http://www.biocomercioperu.org/publicaciones.aspx>
- <http://www.siamazonia.org.pe>
- http://www.biocomercioperu.org/admin/recursos/productos/camu_camu
- <http://www.camucamuperu.com>
- http://www.cedecam.org/camucamu_informacion.htm
- http://www.perunaturalproducts.com/camu_camu.htm
- <http://www.sandrome.com.ar/sitio/index.php?option=com> (teorías)

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

I. ENCUESTA SOBRE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU EN LA CIUDAD DE IQUITOS.

- **Técnicas de análisis de datos.**
 - a. Programa Microsoft Office- Excel.
 - b. Análisis lógico razonado.

- **Técnicas de presentación de datos.**
 - a. Presentación por cuadros.
 - b. Presentación por gráficos.

ANEXO N° 01

ENCUESTA SOBRE LOS FACTORES QUE DETERMINAN EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU EN LA CIUDAD DE IQUITOS.

PARTE I: PRODUCTO.

1. ¿Cuáles son las principales presentaciones de camu camu que produce y/o exporta la empresa?

- a. Polvo. ()
 - b. Pulpa. ()
 - c. Néctar. ()
 - d. Mermelada. ()
 - e. Caramelo. ()
 - f. Cápsula. ()
 - g. Planta. ()
 - h. Semilla. ()
 - i. Otros. ()
- Especifique.....

2. ¿Cada cuánto tiempo exporta?

- a. Quincenal. ()
- b. Mensual. ()
- c. Bimestral. ()
- d. Otros. ()

3. ¿En qué meses del año tiene mayor oferta de materia prima?

- a. Diciembre - Marzo. ()
- b. Abril - Julio. ()
- c. Agosto = Noviembre. ()

4. ¿Cuál es el nivel de calidad del producto terminado que obtiene su empresa?

(Señale el producto y marque con un aspa ("x") según corresponda).

PRODUCTOS	NIVEL DE CALIDAD DEL PRODUCTO TERMINADO				
	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
1.					
2.					
3.					

5. ¿Qué componentes de la calidad considera Ud. que cumple su producto?

PRODUCTOS	COMPONENTES DE LA CALIDAD				
	Resultado Funcional	Funciones Complementarias	Conformidad	Longevidad	Estética
1.					
2.					
3.					

6. En cuanto a la diversificación de productos que exporta, éstos son de acuerdo a:

- Los necesarios, diversificación moderada.....(1).
- Son demasiados, muchos de ellos innecesarios.....(2)
- No existe variedad, los productos que se fabrican son puntuales.....(3).

7. ¿Considera usted que la empresa está buscando el perfeccionamiento en la calidad de sus productos?

- Sí..... (1).
- No..... (2)

8. Considera usted que los productos que exporta la empresa pueden competir en precio y calidad con productos similares que exportan otros países.

- Sí..... (1).
- No..... (2)

9. ¿Considera usted que la materia prima utilizada en la elaboración de los productos es la más adecuada en cuanto a su calidad?

- De buena calidad..... (1).
- De regular calidad (2)
- De mala calidad..... (3).

10. Considera usted que el abastecimiento de materia prima para la producción es:

- Abundante (1).
- Regular..... (2)
- Escaso..... (3).

11. ¿Existe un control de calidad de la materia prima que se utiliza en la elaboración de los productos?

- Sí..... (1).
- No..... (2)

12. Como todo proceso de producción, existen desechos y sobras de materia prima:

a) ¿Existe un control de estos sobrantes?

- Sí..... (1)
- No..... (2).

b) ¿Se utilizan y/o comercializan los desechos?

- Sí..... (1).
- No..... (2)

PARTE II: LOGÍSTICA DE TRANSPORTE

1. ¿Cuál es el/los medio(s) de transporte utilizado para el proceso de exportación de su empresa?

- Transporte aéreo..... (1).
- Transporte fluvial..... (2)
- Transporte bimodal..... (3).
- Otros..... (4)

2. Considera Ud. que la infraestructura de transporte para la exportación desde la ciudad de Iquitos esta en:

- Óptimas condiciones..... (1).
- Buenas condiciones (2)
- Regulares condiciones..... (3).
- Malas condiciones (4)
- Pésimas condiciones..... (5).

3. Con relación al costo de transporte desde la ciudad de Iquitos, respecto a ámbito nacional e internacional Ud. considera que es:

- Alto..... (1).
- Medio (2)
- Bajo..... (3).

4. ¿A qué nivel de canal de distribución se exportan sus productos?

- Mayorista(1).
- Minorista(2)
- Cliente Final.....(3).
- Otros (especifique).....(4)

PARTE III: COMPETITIVIDAD.

CAPACIDAD DE GESTIÓN

1. ¿Considera usted que la empresa está en la capacidad de satisfacer la demanda requerida?
 - Sí..... (1).
 - No..... (2)

2. ¿Sabe Ud. que existe algún grado de asociatividad entre los exportadores de camu camu y alguna institución pública y/o privada?
 - Sí..... (1).
 - No..... (2)

3. ¿Considera usted que tiene un adecuado sistema de organización para la comercialización de sus productos?
 - Sí..... (1).
 - No..... (2)

4. ¿Utiliza Ud. algún sistema de información de inteligencia de mercados?
 - Sí..... (1)
 - No..... (2).

5. Su empresa tiene acceso al financiamiento de entidades públicas y/o privadas.
 - Sí..... (1).
 - No..... (2)

6. Realiza en su empresa capacitaciones constantes de su personal en busca de mejorar la calidad de producto a exportar:
 - Sí..... (1).
 - No..... (2)

7. ¿Ha recibido el apoyo de alguna entidad para acceder a nuevos mercados?

- Sí (1)
- No..... (2).

CAPACIDAD TECNOLÓGICA

1. ¿Su empresa utiliza algún tipo de maquinaria y/o equipo en el proceso de producción?

- Sí..... (1).
- No..... (2)

2. ¿Considera usted que existe un control integral de la producción?

- Existe, está bien organizado (1)
- Existe, pero no funciona..... (2).
- Simplemente no existe (3)

3. ¿Existen innovaciones tecnológicas que han constituido una fuente importante en el aumento de la productividad de la empresa?

- Sí..... (1).
- No..... (2)

4. En cuanto al nivel de producción de la empresa, podría decir que:

- Tiene un alto nivel de producción (1)
- Tiene un regular nivel de producción..... (2).
- Tiene un bajo nivel de producción (3)

5. ¿Considera que hay estacionalidad de la producción en la empresa?

- Sí..... (1)
- No..... (2).

COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES

1. ¿Cuál es la cantidad en unidades, que produce y/o exporta su empresa según el tipo de presentación de camu camu que expende?
- a. De 0 - 100 unidades. ()
 - b. De 500 - 1,000 unidades. ()
 - c. De 1,001 - 10,000 unidades. ()
 - d. De 10,001 unidades a más. ()
2. ¿Cuál ha sido el valor promedio por remesa de los productos que ha exportado?
- a. De 0 - 10,000 dólares. ()
 - b. De 10,001 - 50,000 dólares. ()
 - c. De 50,001 - 100,000 dólares. ()
 - d. De 100,001 dólares a más. ()
3. ¿Cuál es la variación porcentual de las exportaciones?

AÑO	VALOR FOB	AUMENTO	DISMINUYO
2005			
2006			
2007			
2008			
2009			
2010			

