

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA

ESCUELA DE POST GRADO

ESPECIALIDAD AGRONEGOCIOS



**COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE CAMU-CAMU, CASO:
COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO.**

**Tesis para optar el grado de:
*Magister Scientiae***

Eddy Alexander Rubio Valle

Lima – Perú

2010

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRIA EN AGRONEGOCIOS

**“COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE CAMU-CAMU, CASO:
COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
*MAGISTER SCIENTIAE***

Presentado por:

Eddy Alexander Rubio Valle

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado:

Mg.Sc Agapito Linares Salas
PRESIDENTE

Mg.Sc. Miguel Alcantara Santillan
PATROCINADORA

Mg.Sc. Leoncio Fernandez Jerí
MIEMBRO

Mg.CPC. Pedro Quiroz Quezada
MIEMBRO

RESÚMEN

El presente estudio se realizó con la visión de usar los agronegocios como una herramienta para fortalecer el mercado interno vía el traslado de remanentes de cosecha de camu camu desde la zona de Yarinacocha (Ucayali), que es equivalente el 4% aproximadamente del total producido por la asociación distrital de productores de camu camu de Yarinacocha (ADIPROCA Y), hasta los comedores populares de San Juan de Lurigancho, departamento de Lima.

Al usar los agronegocios se permite beneficiar tanto a ofertantes como demandantes. El beneficio en el presente estudio tanto para el ADIPROCA Y como para los comedores populares es tanto tangible (en ingresos económicos) como intangible (en salud pública)

El camu camu es un fruto que tiene la particularidad de ser un concentrado en ácido ascórbico (50 veces mas que el limón) y que se cultiva en la selva amazónica. Son de dos tipos : el arbóreo y arbustivo. Para nuestro estudio se ha escogido el camu camu de tipo arbustivo por las mayores extensiones de terreno en producción , mayor desarrollo científico, mayores cantidades de ácido ascórbico y por la cercanía a la carretera Federico Basadre que enlaza las ciudades de Pucallpa y Lima.

Las utilidades para el ADIPROCA Y serían de 15 218,589 soles anuales por los excedentes del camu camu que no eran comercializados y que ahora se le da la posibilidad de trasladarlo a Lima, gracias a la demanda comprobada existente en el distrito de San Juan de Lurigancho por el producto respectivo. Los ingresos para el ADIPROCA Y oscilan alrededor de 18 664 soles anuales.

Las utilidades para un comedor representativo que adopta el producto camu camu como refresco en la dieta a ofrecerse, serían de 54 112 soles anuales. Esta cifra se ha demostrado con un precio de menú de 3 soles y con venta diaria de 100 raciones , exceptuando los casos sociales (ayuda social de los comedores)

Palabras clave: Comedor representativo, agronegocios, demanda comprobada, utilidades, ácido ascórbico, ingresos económicos, remanentes.

SUMMARY

This study was carried out with a vision to use agribusiness as a tool for strengthening the domestic market through the removal of remnants of camu camu harvest from the area of Yarinacocha (Ucayali), which is equivalent to 4% of the total produced by the district association of producers Yarinacocha camu camu (ADIPROCAY), to popular dining halls of San Juan de Lurigancho, department of Lima.

Using agribusiness allow benefit to both vendors and applicants. The benefit in this study for both ADIPROCAY to popular dining halls is both tangible (income) and intangible (public health).

Camu camu is a fruit that has the distinction of being a concentrate ascorbic acid (50 times more than lemon) and it is grown in the Amazon rainforest. It is of two types: the arboreal and shrub or bushy type. For our study we chose the camu camu bushy type because of the largest tracts of land in production, more scientific development, higher amounts of ascorbic acid and the proximity to Federico Basadre road linking the cities of Pucallpa and Lima.

Profits for ADIPROCAY would be S/. 15,218,589 annual soles for the Surpluses of camu camu which were not sold and that it is now giving the possibility to transfer to Lima, thanks to the proved existent demand in the district of San Juan Lurigancho of this product. Revenue for the ADIPROCAY fluctuates around S/. 18,664 annually soles.

Profits for a representative popular dining hall which adopts the camu camu product as a soft drink in a daily diet, would be S/. 54,112 annual soles. This amount has been shown with a menu Price of 3 soles and a daily sale of 100 meals, excepting to the social cases (social help to the popular dining halls)

Keywords: Representative dining halls, agribusiness, proven demand, utilities, ascorbic acid, incomes, remaining.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| CAPITULO I: INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 PROBLEMÁTICA..... | 1 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN..... | 4 |
| 1.3 OBJETIVOS | |
| 1.3.1 OBJETIVOS GENERALES..... | 8 |
| 1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 8 |
| 1.4 HIPÓTESIS | |
| 1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL..... | 8 |
| 1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | 9 |
| | |
| CAPITULO II: REVISIÓN DE LITERATURA | 10 |
| 2.1 MARCO TEÓRICO..... | 10 |
| 2.1.1 COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO | 10 |
| a. MERCADOS EN LA FORMA EN COMERCIALIZACIÓN | 12 |
| b. CADENA AGROCOMERCIAL..... | 12 |
| c. TIPOS DE COMERCIO..... | 13 |
| c.1 COMERCIO CENTRALIZADO..... | 13 |
| c.2 COMERCIO DESCENTRALIZADO..... | 15 |
| 2.1.2 DEMANDA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS | 17 |
| 2.1.3 OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS..... | 18 |
| 2.1.4 SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL | 19 |
| 2.2 MARCO CONCEPTUAL | 21 |
| 2.3 ANTECEDENTES..... | 26 |
| 2.3.1 ESTUDIOS PREVIOS | 26 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.3.2 | ANÁLISIS FODA DEL CAMU CAMU EN UCAYALI..... | 28 |
| 2.3.3 | CASOS REALIZADOS DE COMERCIALIZACIÓN | 29 |
| 2.3.4 | RESEÑA DE LOS COMEDORES POPULARES | 31 |
| CAPITULO III : METODOLOGÍA DEL ESTUDIO..... | | 34 |
| 3.1 | TIPO DE ESTUDIO | 34 |
| 3.2 | ÁREAS DEL ESTUDIO | 34 |
| 3.2.1 | DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO (DEMANDANTE) | 34 |
| 3.2.2 | DISTRITO DE YARINACocha (OFERTANTE) | 35 |
| 3.3 | FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS | 36 |
| 3.3.1 | FUENTES PRIMARIAS | 36 |
| 3.3.2 | FUENTES SECUNDARIAS | 37 |
| CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS | | 39 |
| 4.1 | ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN DEL CAMU CAMU | 40 |
| 4.1.1 | PRUEBA PILOTO | 40 |
| 4.1.2 | TAMAÑO DE MUESTRA ÓPTIMO AJUSTADO | 41 |
| 4.1.3 | RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN COMEDORES POPULARES | 42 |
| 4.2 | DEMANDA | 52 |
| 4.2.1 | DEMANDA INTERNACIONAL | 52 |
| 4.2.2 | REGIONES INTERNAS DEMANDANTES | 57 |
| a. | DEMANDA DE CAMU CAMU EN EL DPTO DE UCAYALI | 58 |
| a.1 | USOS ARTESANALES Y TIPOS DE PRODUCTOS..... | 59 |
| a.2 | PROYECCIONES PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS ELABORADOS..... | 61 |
| b. | DEMANDA DE CAMU CAMU EN EL DPTO DE LIMA..... | 61 |

| | | |
|-------|--|----|
| c. | EVALUACIÓN DE ACEPTACION DE LA DEMANDA DE CAMU CAMU EN COMEDORES POPULARES | 64 |
| c.1 | PRUEBA PILOTO | 64 |
| c.2 | RESULTADO DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA ANALIZAR LA DEMANDA | 65 |
| 4.2.3 | ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA..... | 68 |
| a. | REQUERIMIENTOS EN COMEDOR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ | 68 |
| b. | REQUERIMIENTOS EN COMEDOR MARÍA DE JESÚS | 69 |
| c.. | REQUERIMIENTOS DE CAMU CAMU EN AMBOS COMEDORES BAJO ESTUDIO..... | 70 |
| 4.3 | OFERTA NACIONAL | 70 |
| 4.3.1 | PLANTACIONES DE CAMU CAMU EN EL DPTO UCAYALI | 74 |
| 4.3.2 | PRODUCCIÓN DE FRUTA FRESCA DE CAMU CAMU EN UCAYALI ... | 75 |
| 4.3.3 | HECTÁREAS SEMBRADAS EN EL DISTRITO DE YARINACOCHA | 76 |
| 4.3.4 | PRODUCCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE PRODUCTORES YARINACOCHA | 78 |
| 4.3.5 | PROBLEMAS EN LA OFERTA | 80 |
| 4.3.6 | ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE CULTIVO DE CAMU CAMU..... | 84 |
| 4.3.7 | FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES | 87 |
| 4.4 | COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD | 89 |
| 4.4.1 | COMERCIALIZACIÓN | 89 |
| a. | COSECHA Y TRATAMIENTO POST-COSECHA | 89 |
| b. | ENVASES | 90 |
| c. | TRANSPORTE | 90 |
| d. | ALMACENAMIENTO..... | 91 |

| | |
|---|-----|
| e. PROCESAMIENTO PRE INDUSTRIAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN | 92 |
| f. PRECIOS | 94 |
| g. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN HACIA SAN JUAN DE LURIGANCHO | 100 |
| g.1 CÁLCULOS DE REQUERIMIENTO DE MP (PULPA) PARA LA ELABORACIÓN DE REFRESCOS | 101 |
| g.2 PRINCIPALES COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE CAMU CAMU HACIA SAN JUAN DE LURIGANCHO | 102 |
| g.2.1 COSTO DE ADQUISICIÓN DE MP..... | 102 |
| g.2.2 COSTOS DE TRANSPORTE..... | 102 |
| g.3 ENVÍOS DE LA MATERIA PRIMA..... | 104 |
| g.3.1 PRIMER ENVÍO | 104 |
| g.3.2 SEGUNDO ENVÍO | |
| g.3.3 TERCER ENVÍO | 105 |
| h. INGRESOS Y EGRESOS EN EL COMEDOR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ | 107 |
| i. MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN | 110 |
| i.1 MÁRGEN CON RESPECTO AL PRECIO DE VTA | 104 |
| i.2 MÁRGEN CON RESPECTO AL COSTO | 104 |
| i.3 MÁRGEN CON RESPECTO AL INGRESO | 104 |
| 4.4.2 RENTABILIDAD | |
| a. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA EL PRODUCTOR..... | 113 |
| a.1 INGRESOS DEL PRODUCTOR..... | 113 |
| a.2 EGRESOS DEL PRODUCTOR | 113 |
| b. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR POPULAR | 115 |

| | |
|--|------------|
| b.1. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU | 116 |
| b.2 EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR POPULAR INCORPORANDO CAMU CAMU..... | 119 |
| b.3 COMPARACIÓN DE UTILIDADES EN LOS CASOS: CON INCORPORACIÓN Y SIN INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU | 122 |
| b.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD | 122 |
| b.4.1 INDICADORES DE RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR COMO EMPRESA AUTOSUFICIENTE CON INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU | 123 |
| b.4.2 INDICADORES DE RENTABILIDAD PARA EL FLUJO MARGINAL CON Y SIN INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU | 126 |
| 4.4.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | 128 |
| CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 130 |
| 5.1 CONCLUSIONES | 130 |
| 5.2 RECOMENDACIONES | 131 |
| BIBLIOGRAFÍA | 133 |
| ANEXOS..... | 136 |

| CUADRO | TÍTULO DEL CUADRO | PÁGINA |
|--------|---|---------|
| 1 | ASIGNACIÓN DE PESOS RELATIVOS | pág. 40 |
| 2 | RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO LIMÓN..... | pág. 43 |
| 3 | RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO NARANJA..... | pág. 45 |
| 4 | RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO MARACUYÁ..... | pág. 47 |
| 5 | RESULTADOS DE LA ENCUESTA PRODUCTO CAMU CAMU..... | pág. 49 |
| 6 | PRINCIPALES PAÍSES COMPRADORES DE CAMU CAMU, PERÍODO 1997 – 2006 (MILES DE DOLARES)..... | pág. 55 |
| 7 | DEMANDA AGROINDUSTRIAL Y PARA CONSUMO DOMÉSTICO EN EL PERU (2007)..... | pág. 59 |
| 8 | COMPORTAMIENTO PORCENTUAL RELACIONADO AL CONOCIMIENTO DEL CAMU CAMU EN LIMA..... | pág. 62 |
| 9 | COMPORTAMIENTO PORCENTUAL DEL MODO DE CONSUMO DE CAMU CAMU EN LIMA..... | pág. 63 |
| 10 | REQUERIMIENTOS DE FRUTO DE CAMU CAMU POR EL COMEDOR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ (2008)..... | pág. 69 |
| 11 | REQUERIMIENTOS DE FRUTO DE CAMU CAMU POR EL COMEDOR MARÍA DE JESÚS, 2008..... | pág. 70 |
| 12 | REQUERIMIENTOS TOTALES ANUALES DE FRUTO DE CAMU CAMU EN LOS COMEDORES BAJO ESTUDIO..... | pág. 71 |
| 13 | PRODUCCIÓN DE CAMU CAMU DE ADIPROCAY, 2007..... | pág. 72 |
| 14 | NÚMERO DE HECTÁREAS Y PRODUCCIÓN EN PLANTACIONES Y RODALES EN LAS REGIONES DE UCAYALI Y LORETO, 2007..... | pág. 73 |
| 15 | HECTÁREAS SEMBRADAS DE CAMU CAMU EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI, 2005 - 2007..... | pág. 75 |
| 16 | HECTÁREAS SEMBRADAS EN EL DISTRITO DE YARINACocha, 2006..... | pág. 77 |
| 17 | PRODUCCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE PRODUCTORES DE YARINACocha - ADIPROCAY 2007..... | pág. 78 |

| | | |
|----|--|----------|
| 18 | INGRESOS Y COSTOS DE CULTIVO DE CAMU CAMU (SOLES CONSTANTES)..... | pág. 85 |
| 19 | FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES..... | pág. 88 |
| 20 | COSTOS DE TRANSPORTE TOTALES ANUALES..... | pág. 103 |
| 21 | RESÚMEN DE ENVÍOS DE MATERIA PRIMA..... | pág. 106 |
| 22 | INGRESOS ADICIONALES POR LA VENTA DE FILTRANTES..... | pág. 107 |
| 23 | GASTO POR RECOJO DE ALIMENTOS DE PRONAA..... | pág. 108 |
| 24 | MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL COMEDOR POPULAR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ | pág. 111 |
| 25 | PROMEDIO ANUAL DE MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN..... | pág. 112 |
| 26 | COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTOR..... | pág. 113 |
| 27 | RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR..... | pág. 114 |
| 28 | RESÚMEN DE DATOS PUNTUALES PARA CALCULAR LA RENTABILIDAD DEL COMEDOR POPULAR..... | pág. 115 |
| 29 | CUADRO ECONÓMICO EN UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU..... | pág. 117 |
| 30 | CUADRO ECONÓMICO EN UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU (EN SOLES CONSTANTES)..... | pág. 118 |
| 31 | CUADRO ECONÓMICO INCORPORANDO REFRESCOS DE CAMU CAMU EN COMEDOR POPULAR (EN SOLES CORRIENT). | pág. 120 |
| 32 | COMPARACIÓN DE UTILIDADES (EN SOLES CORRIENTES)..... | pág. 122 |
| 33 | FLUJO ECONÓMICO E INDICADORES DE RENTABILIDAD DE UN COMEDOR COMO EMPRESA INDEPENDIENTE, QUE INCORPORA REFRESCOS DE CAMU CAMU (EN SOLES CONSTANTES - BASE FEBRERO 2008-)..... | pág. 124 |
| 34 | FLUJO INCREMENTAL E INDICADORES DE RENTABILIDAD..... | pág. 127 |
| 35 | PRECIO MÁXIMO SOPORTABLE DE COMPRA DE MATERIA PRIMA (CAMU CAMU)..... | pág. 129 |

| GRÁFICO | TÍTULO DEL GRÁFICO | PÁGINA |
|----------------|--|---------------|
| 1 | PROBLEMÁTICA SOCIOECONÓMICA ROTATIVA DE LA POBREZA | pág. 3 |
| 2 | CONTENIDO DE ÁCIDO ASCÓRBICO EN FRUTOS | pág. 7 |
| 3 | EJEMPLO DE CADENA AGROCOMERCIAL | pág. 13 |
| 4 | ESQUEMA DE UN COMERCIO CENTRALIZADO | pág. 14 |
| 5 | ESQUEMA DE UN COMERCIO DESCENTRALIZADO | pág. 15 |
| 6 | CURVA DE DEMANDA | pág. 18 |
| 7 | CURVA DE OFERTA | pág. 19 |
| 8 | ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LOS COMEDORES POPULARES DE LIMA Y CALLAO | pág. 33 |
| 9 | TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA | pág. 37 |
| 10 | SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN ESCOGIDO PARA EL ESTUDIO | pág. 39 |
| 11 | CADENA AGROCOMERCIAL PARA EL ESTUDIO | pág. 39 |
| 12 | RESULTADO DE PREFERENCIAS EN LA PRIMERA ENCUESTA A LOS COMEDORES POPULARES | pág. 51 |
| 13 | EXPORTACIONES DE CAMU CAMU PARA EL PERIODO 2000 - 2007 | pág. 56 |
| 14 | MAGNITUD DE USO DE CÍTRICOS EN LA SEGUNDA ENCUESTA | pág. 65 |
| 15 | PRODUCCIÓN POR CASERÍOS DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE CAMU CAMU DE YARINACocha | pág. 79 |

| | | |
|----|---|----------|
| 16 | ÁRBOL DE PROBLEMAS Y SUS CAUSAS | pág. 83 |
| 17 | INGRESOS Y COSTOS DE CAMU CAMU | pág. 86 |
| 18 | FLUJOGRAMA PARA PULPA DE CAMU CAMU | pág. 92 |
| 19 | PROCESO PARA ELABORAR REFRESCOS DE CAMU CAMU .. | pág. 93 |
| 20 | EVOLUCIÓN DEL PRECIO EN CHACRA EN EL DISTRITO DE YARINACOCHA | pág. 95 |
| 21 | ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA COMERCIALIZADORAS DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA H.B.K) EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI | pág. 97 |
| 22 | RUTAS PLANTEADAS PARA LA COMERCIALIZACION DE CAMU CAMU DESDE YARINACOCHA HACIA LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO .. | pág. 98 |
| 23 | DESTINOS DE LA PRODUCCIÓN TOTAL DE ADIPROCAY INCORPORADO HACIA LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO | pág. 99 |
| 24 | CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE CAMU CAMU HACIA LIMA | pág. 100 |
| 25 | FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS DE PRODUCTORES Y COMEDORES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO | pág. 121 |

| ANEXOS | TÍTULO DEL ANEXO | PÁGINA |
|---------------|--|---------------|
| 1 | CENSO DE CAMU CAMU | pág. 137 |
| 2 | CUESTIONARIO ELABORADO EN LA ENCUESTA REALIZADA | pág. 139 |
| 3 | ESTRUCTURA DE CUADROS DE RESÚMEN | pág. 142 |
| 4 | RESÚMEN DE RESPUESTAS DE LA PRIMERA ENCUESTA | pág. 143 |
| 5 | ENCUESTA PARA EVALUAR LA DEMANDA DE CAMU CAMU EN LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO .. | pág. 165 |
| 6 | INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN EN TRABAJO DE CAMPO | pág. 167 |
| 7 | ESTUDIO DE EVALUACIÓN ECONÓMICA DE PLANTACIONES DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA HBK) - UCAYALI | pág. 172 |
| 8 | FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES ANUALES | pág. 181 |
| 9 | INSTITUCIONES RELACIONADAS A LA RED CIBERNÉTICA DE CAMU CAMU | pág. 188 |
| 10 | DISTRIBUCIÓN DE LAS POBLACIONES NATURALES DE CAMU CAMU EN EL PERÚ | pág. 192 |
| 11 | DISTRIBUCIÓN DE LAS POBLACIONES NATURALES Y PLANTACIONES MANEJADAS EN PUCALLPA, REGIÓN UCAYALI | pág. 193 |
| 12 | UBICACIÓN DE YARINACOCHA | pág. 194 |
| 13 | CASERÍOS ALEDAÑOS A LA LAGUNA DE YARINACOCHA | pág. 195 |
| 14 | PRESENTACIONES DE PRODUCTOS ANTES DE REALIZAR LA ENCUESTA EN LOS COMEDORES POPULARES | pág. 196 |
| 15 | ZONALIZACIÓN DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO .. | pág. 197 |

| | | |
|----|--|----------|
| 16 | UBICACIÓN DE LOS COMEDORES EN LA ZONA 3 DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO | pág. 198 |
| 17 | JABAS USADAS EN LA EMPRESA SAN JUAN | pág. 198 |
| 18 | FLUJO NACIONAL DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE CAMU CAMU | pág.199 |
| 19 | EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU POR DESTINO, PARA EL PERÍODO 2000 - 2004 | pág. 200 |
| 20 | EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS CONSIDERADAS, EN EL PERÍODO 2005 | pág. 200 |
| 21 | EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CAMU CAMU ... | pág. 201 |
| 22 | CADENA PRODUCTIVA NACIONAL DEL CAMU CAMU | pág. 202 |
| 23 | CUADRO DE VALORIZACIONES DE ACTIVOS DE INVERSIÓN EN UN COMEDOR POPULAR | pág. 203 |
| 24 | ÍNDICES DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (ENERO 2008 - JUNIO 2009) | pág. 204 |
| 25 | RELACIÓN DE EMPRESAS COMPRADORAS DE CAMU CAMU (EN MILES DE DOLARES) | pág. 205 |

FOTOS

| | | |
|----|--|----------|
| 26 | FOTOS DE PRODUCTORES DE ADIPROCAY | pág. 207 |
| 27 | FOTOS DE RUTAS FLUVIALES | pág. 210 |
| 28 | COMUNIDAD EL CACO | pág. 211 |
| 29 | FOTOS DEL MERCADO BELLAVISTA | pág. 214 |
| 30 | INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE LA AMAZONÍA PERUANA IIAP | pág. 215 |
| 31 | FOTOS DE INSTITUCIONES LIGADAS AL DESARROLLO DEL CAMU CAMU | pág. 217 |

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. PROBLEMÁTICA

En el Perú las informaciones estadísticas (INEI) mencionan que San Juan de Lurigancho (en adelante S.J.L) alberga el 11% de la población de Lima Metropolitana y según datos de Enero del 2008 registra un 22% de pobreza relativa y 18% de pobreza extrema, la cual afecta a unas 300 mil personas.

La problemática viene de dos vías. El primero dado por la falta de empleo y por consiguiente bajos ingresos en los hogares de las socias de los comedores populares en un distrito tan populoso como San Juan de Lurigancho y el segundo está reflejado por la deficiente toma de conciencia acerca del cuidado de la salud por parte de la mayoría de la población del presente distrito dado muchas veces por falta de información.

Es necesario generar fuentes de ingresos para los miembros de los comedores populares, obedeciendo a una demanda de las bases de la central de comedores populares autónomos de San Juan de Lurigancho. Según Cirila Campos, uno de los motivos para apoyar a Fujimori en la campaña de 1995 fue la promesa de convertir a los comedores populares en microempresas. Campos señala que el programa nacional de asistencia alimentaria (PRONAA) presentó a sus afiliadas una lista de posibles microempresas de las que podrían formar parte.

El Estado ha tratado de disminuir el nivel de desnutrición existente especialmente en las poblaciones de bajos recursos mediante programas de lucha contra la pobreza, como el Programa Nacional de Asistencia Alimentaria (PRONAA), sin embargo en investigaciones y estudios realizados por instituciones privadas como el grupo de análisis para el desarrollo (GRADE) y el consorcio de investigación económica y social (CIES) se han detectado fallas graves en este sistema alimentario estatal.

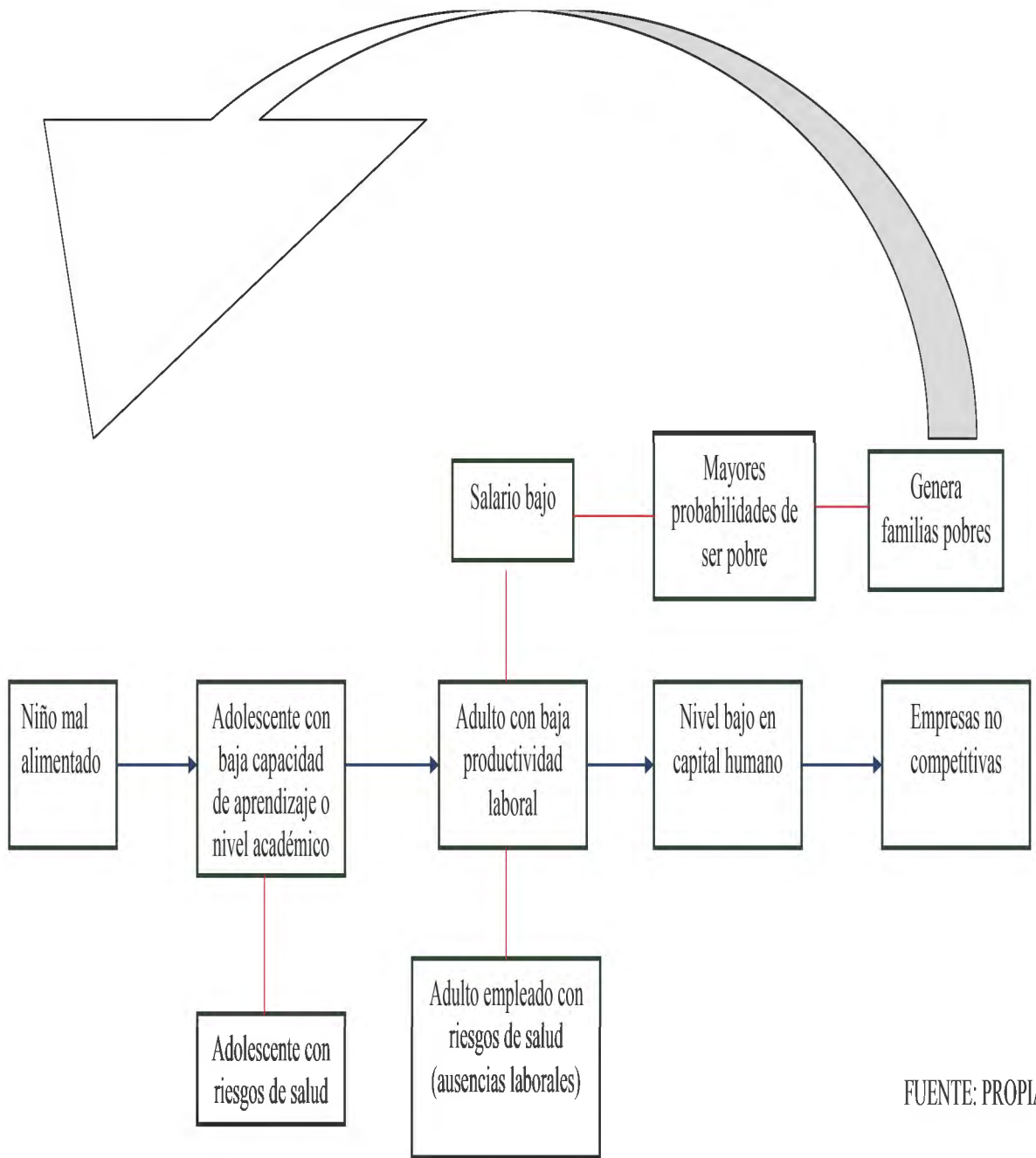
Según Juan Chacaltana (2001), no obstante que los programas focalizados de lucha contra la pobreza han estado razonablemente orientados hacia las zonas más pobres del país, éstas no parecen exhibir cambios notables en sus niveles de nutrición dada las fugas y filtraciones de recursos hacia los no pobres.

Pinstrup Per (2002) menciona que las personas enfermas y desnutridas no se escaparán a la pobreza y a la miseria humana asociada a esta. En consecuencia la salud y la nutrición son medios para erradicar la pobreza y alcanzar así un crecimiento amplio y progreso para el país.

En el gráfico 1 se representa un patrón de comportamiento social y económico que podría ser un círculo vicioso con relación a la calidad de vida esperada o situación económica de los miembros de las familias pobres con riesgo de una mala alimentación. Los niños mal alimentados estarán marcados por una deficiente capacidad de aprendizaje, ello lo convertirá en un adulto con baja productividad laboral por consiguiente con salarios bajos y con riesgos de salud, en la cual tendrá más probabilidades de ausentarse laboralmente. Este nivel bajo de capital humano empleado en las empresas harán que éstas se vuelvan no competitivas en un contexto de globalización donde las exigencias de participación de mercado son cada vez mayores.

Sabemos que una de las grandes metas en todo país es el logro de un crecimiento económico sostenido que fomente el desarrollo y bienestar en su población y para ello su población debe poseer un óptimo capital humano y debe cercarse al pleno empleo proponiendo nuevas opciones laborales o consolidándolas y precisamente los agronegocios proponen alternativas para convertir economías de subsistencia en economías de mercado.

GRÁFICO Nº 1 : PROBLEMÁTICA SOCIOECONÓMICA ROTATIVA DE LA POBREZA



1.2. JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

1.2.1 JUSTIFICACIÓN

La implementación y eficacia de los servicios de alimentación para la población pobre conducida en el Perú todavía es insuficiente, pero gracias a las redes sociales de comedores populares se está aplacando este problema, pues ante la falta de trabajo dichas agrupaciones se dirigen a atender necesidades sociales de alimentación de la comunidad tratando en lo mínimo de cubrir sus costos, formando parte de una economía subterránea, razón por la cual necesitan consolidarse en el largo plazo como organizaciones empresariales con el propósito de asegurar su sobrevivencia, permanencia y crecimiento auto sostenido en los próximos años con la búsqueda o disponibilidad de productos agrarios nutritivos con que cuenta el país y que implicarían nuevas alternativas de comercialización.

Existen mercados regionales como la de Iquitos o Ucayali que comercializan con el exterior (EE.UU, Japón, Unión Europea) productos altamente demandados por el mercado internacional, sin embargo dichos productos no son conocidos ni son mencionados ni considerados por el mercado limeño, dejando pasar oportunidades de agronegocios que podría dinamizar nuestra economía interna y disminuir el impacto de la pobreza en el distrito de San Juan de Lurigancho vía ingresos adicionales en comedores populares resultado de comercializar dichos productos. Según estudios socioeconómicos existe una estrecha relación entre empleo, pobreza y nutrición. Esta relación no se daría de manera óptima si no existiera comercialización alguna que lo haga real.

No se conoce estudio alguno referente a comercialización y consumo del camu camu hacia comedores populares de Lima. Los comedores populares interrelacionan con muchas personas y podrían tener un objetivo muy importante, ser motor para la difusión del camu camu en San Juan de Lurigancho abriendo alternativas de agronegocios (helados, mermeladas, yogurts, néctares, zumos de camu camu) a la vez que disminuirían los riesgos por deficiencia de vitamina “C” en sus comensales aprovechando la importancia que se le

está dando hoy en día a los productos altamente nutritivos, concentrados y sobretodo naturales.

Heidi Fritschel (2002) menciona que los cultivos básicos densos concentrados en nutrientes tienen un papel fundamental en el bienestar de la salud.

El camu camu es un frutal originario de la amazonía peruana y se caracteriza por su alto contenido de ácido ascórbico (vitamina C). Su concentración de este componente en el camu camu es aprox. 2 780 mg. por cada 100g de pulpa fresca (Instituto de Nutrición del Perú), inclusive se ha llegado a encontrar frutos que contienen mas de 3 000mg/100g pulpa superando significativamente a cítricos como el limón y la naranja ácida, cuyos contenidos son de 51 y 59 mg./100g de la parte comestible. Ello ha despertado el interés mundial, especialmente en la rama farmacéutica, además se sabe que tenemos grandes ventajas comparativas estáticas con respecto a este producto.

Según el gráfico 2 podemos observar que el camu camu posee niveles sorprendentes de ácido ascórbico, el cual no es superado por ningún fruto justificando porque se escogió el camu camu para implementar una cadena comercializadora y dar las primeras iniciativas para trasladar los remanentes de cosechas que no son exportados, hacia los comedores populares de S.J.L

La justificación está basada en viabilizar una cadena de comercialización desde Yarinacocha (Ucayali) hacia S.J.L (Lima) asentando las bases hacia el comienzo de una línea de comercialización interna vía los agronegocios con respecto al camu camu, acercando a dos actores claves para dicha comercialización, de un lado la asociación distrital de productores de camu camu de Yarinacocha (en adelante ADIPROCAY) y del otro los comedores populares de S.J.L, que serían difusoras del consumo del producto, mejorando los ingresos económicos de las socias de los comedores populares y también de los productores camucameros involucrados en el presente estudio.

1.2.2 DELIMITACIÓN

Para el análisis de la oferta de camu camu el estudio se enfocará en el departamento de Ucayali, provincia Cayería, distrito de Yarinacocha. Los lugares geográficos que proporcionarán los volúmenes ofertados serán las zonas de Pucallpa aledañas a la laguna Yarinacocha, pertenecientes al distrito del mismo nombre. Dichos productores serán pertenecientes al “ADIPROCA Y”, esto se ha determinado mediante contactos personales con miembros del directorio de dicha organización.

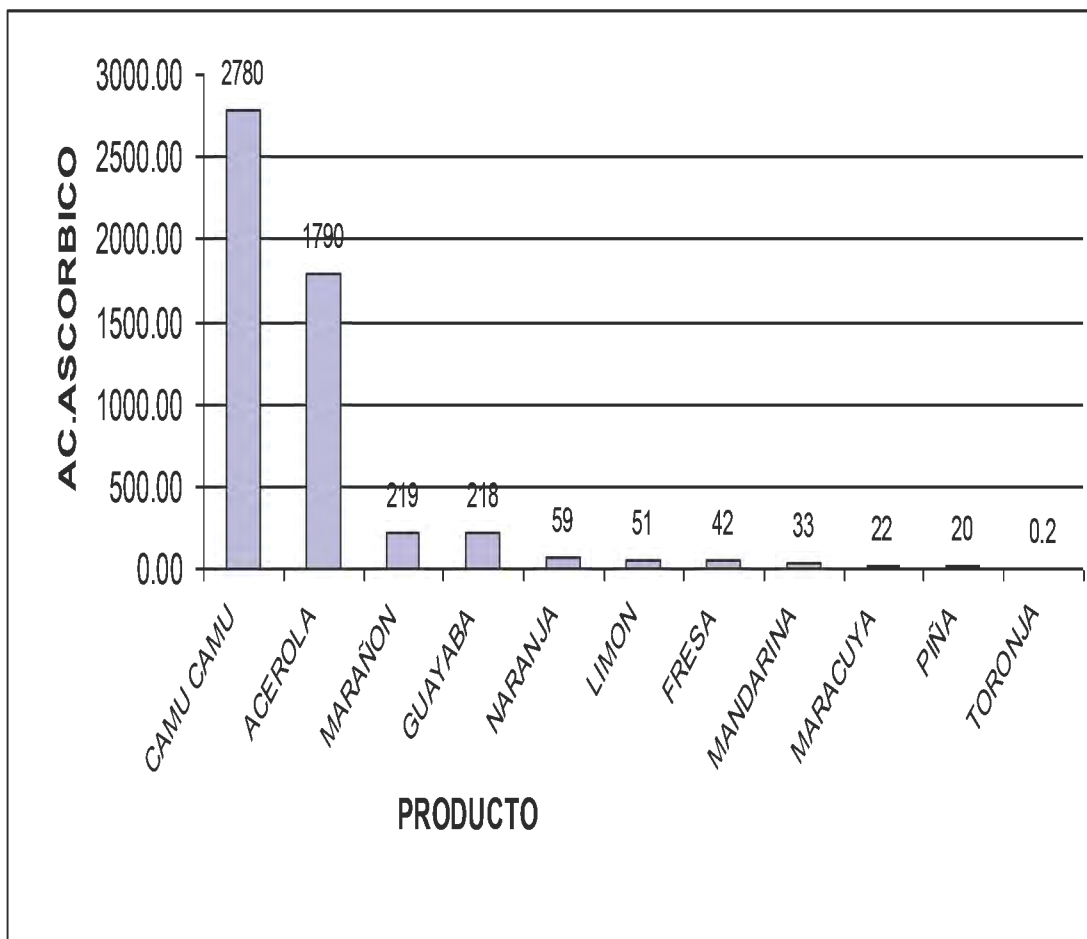
Para el análisis de la demanda la población objetivo planteada para el estudio estará ubicada en el departamento de Lima, distrito de San Juan de Lurigancho y serán los comensales de los comedores populares Madres Unidas por el Perú y el comedor María de Jesús, cuyas presidentas son la señora Feliciano Cristóbal de Chota y la señora Raquel Ricse Taype respectivamente.

Los dos comedores atienden cada uno a poco mas de 100 personas de las zonas: La Providencia, 15 Enero y Las Flores (urbanizaciones del distrito de San Juan de Lurigancho, departamento de Lima).

1.2.3.- LIMITACIONES DEL ESTUDIO

El presente estudio se limitará por motivos de presupuesto a dos comedores ubicados en la urbanización Las Flores, distrito de San Juan de Lurigancho, asentando las bases para futuros estudios, estimulando ampliaciones hacia otros comedores populares del distrito logrando consolidar la presente alternativa de Agronegocios propuesta.

GRÁFICO N° 2 CONTENIDO DE ÁCIDO ASCÓRBICO EN FRUTOS



FUENTES: *Instituto Nacional de Nutrición de Buenos Aires
*Instituto Nacional de Nutrición del Perú
* USDA NUTRIENT database for Standard
referente release 12 (1998)

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer un sistema de comercialización del camu camu desde Yarinacocha (Ucayali) hacia San Juan de Lurigancho (Lima) como una opción de agronegocios vía el grado de integración de los mercados regionales participantes mediante la introducción del camu camu en los hábitos alimenticios de los comensales involucrados.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.- Determinar si existe aceptación del producto camu camu bajo la forma de refresco por parte de los comensales.

2.- Determinar la demanda potencial de camu camu para la elaboración de refrescos a ofrecerse en comedores populares seleccionados de San Juan de Lurigancho.

3.- Calcular la oferta potencial de camu camu en el distrito de Yarinacocha (Ucayali)

4.- En la comercialización a realizar, analizar la rentabilidad para los productores y para los comedores populares de San Juan de Lurigancho involucrados, incorporando refrescos de camu camu como parte del menú diario que se ofrece.

1.4 HIPÓTESIS

1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL

Existen posibilidades de implementar un sistema de comercialización de nuevas alternativas agrícolas que sean introducidas en la dieta diaria de los comedores populares de S.J.L, con el propósito de proponer nuevas alternativas de agronegocios e impulsar una mayor seguridad alimentaria en la población focalizada.

1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

1.- Existe aceptación del producto camu camu en la forma de refrescos por parte de los comensales en los comedores populares de S.J.L.

2.- Existe demanda de los comensales de los comedores populares por el producto camu camu.

3.- Se tiene la oferta potencial disponible de camu camu en el distrito de Yarinacocha para cubrir la demanda existente para el posible traslado a Lima con el fin de viabilizar una cadena de comercialización hacia San Juan de Lurigancho.

4.- La comercialización de camu camu hacia San Juan de Lurigancho posee rentabilidad económica tanto para el productor como para un comedor que adopta como parte de su menú diario el refresco de camu camu.

CAPÍTULO II : REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 MARCO TEÓRICO

El marco teórico estará relacionado a comercialización, tipos de comercio, oferta, demanda de productos agrarios y como complemento a seguridad alimentaria y nutricional.

2.1.1 COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO

En el texto, “Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios”, Mendoza G. (1991), menciona que los vocablos de mercadeo y comercialización son sinónimos, sin embargo algunos autores intentan establecer una diferencia conceptual entre mercadeo y comercialización y asignan a la segunda un alcance más limitado en especial en cuanto a la cantidad de funciones que se cumplen en el proceso de transferencia de bienes y servicios entre productor y consumidor.

El concepto de mercadeo sostiene que las necesidades del cliente son de la mayor importancia. El ofertante al hacer realidad sus decisiones de producción, las consideraciones que lo motivarán serán el impacto sobre el atractivo que tendrá su producción en los mercados que quiere servir. El agronegocio más exitoso es aquel que logra la mayor diferencia entre los precios alcanzados y los costos en que ha incurrido.

Hoy en día se podría tomar como concepto de comercialización todas las actividades económicas que llevan consigo el traslado de bienes y servicios desde inclusive antes de la producción hasta el consumo, siendo una dimensión o proceso dentro del sistema de intercambio que sirve para establecer relación entre productor y consumidor.

En cuanto a la comercialización como un sistema este va a tener un aspecto físico y un aspecto económico; el primero tendrá relación con las actividades, por ejemplo la de realizar acopio, es decir hacer y formar volúmenes grandes para almacenarlos y llevarlos al mayorista, mientras que el aspecto económico se refiere a la cantidad y transmisión de demanda del consumidor al productor. Este motivo económico es el que va a dirigir el motivo físico.

Con respecto a las utilidades que produce la comercialización estas serán de cuatro tipos:

- Utilidades de espacio
- Utilidades de tiempo
- Utilidades de posesión,
- Utilidades de forma

Las utilidades de espacio permiten situar a los productos en los lugares donde están localizados los consumidores. Estas utilidades son cada vez más importantes a medida que un país se desarrolla como consecuencia del aumento de la población, y por tanto de los consumidores. Estos mayormente se concentran en grandes zonas urbanas, es decir que cada vez se alejan más de las zonas de producción.

Las utilidades de tiempo, son aquellas que permiten que los productos lleguen a los consumidores en el momento adecuado. Ello es particularmente importante para los productos cuya producción tiene lugar en un corto período de tiempo, mientras que el consumo tiene lugar a lo largo de todo el año.

Las utilidades de posesión, son las derivadas del traspaso del producto de unos a otros individuos, hasta llegar al consumidor, ya que éste es el fin último de la comercialización.

Finalmente las utilidades de forma son aquellas que modifican físicamente el producto adaptándolo al consumo, gustos y necesidades de los consumidores. Existen

casos en que algunos de los productos agrarios en su forma inicial no son aptos para ser consumidos de manera directa, como por ejemplo los productos concentrados (camu camu).

Son las utilidades de forma las que justifican socialmente la existencia del proceso comercial, como actividad útil y productiva. Las utilidades de forma se dan cuando se cambia la fisonomía de los productos como veremos a continuación.

a. MERCADOS EN LA FORMA EN COMERCIALIZACIÓN

La presente teoría del campo de comercialización se relaciona al producto final. La industrialización es considerada por muchos tratadistas de comercialización agraria como un servicio que añade al producto agrario utilidades de forma. Según Gonzáles del Barrio, el 70% de los productos alimenticios han sido sometidos a algún proceso de transformación antes de ser utilizados por el consumidor.

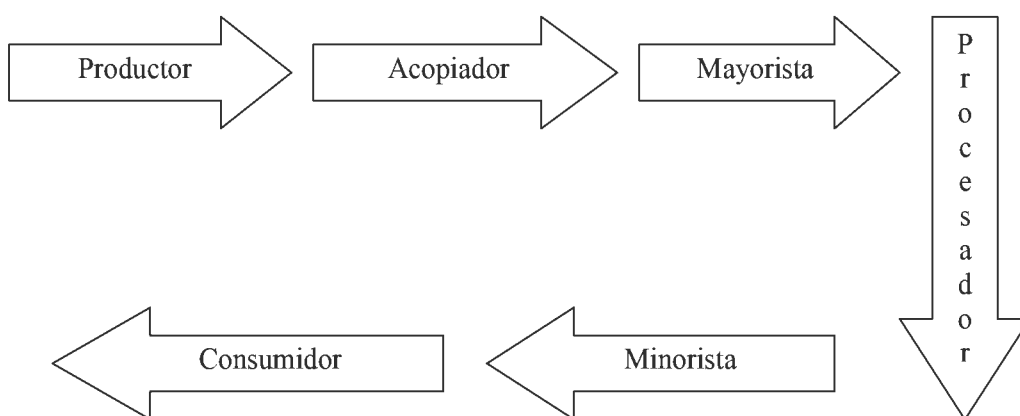
Al igual que el transporte y el almacenamiento la industrialización de productos agrarios también tiene un coste, el cuál da lugar a diferencias de precio entre el producto agrario utilizado como materia prima (fruto de camu camu) y el producto elaborado resultante (refrescos de camu camu). En la industrialización por lógica la cantidad de materia prima utilizada no es igual a la cantidad de producto elaborado resultante. Para nuestro estudio en la revisión de literatura se ha encontrado una relación de 2 a 1, es decir por cada 2 Kg de fruto de camu camu se obtiene 1 Kg de pulpa de camu camu, éste último imprescindible para la preparación de refrescos que sería el producto final.

b. CADENA AGROCOMERCIAL

El concepto de cadena agrocomercial considera a todos los actores involucrados en la ejecución de actividades relacionadas con la producción primaria, transformación, transporte, distribución y consumo de uno o más productos agrarios. El conjunto de estos diferentes grupos de actores y sus actividades constituye la cadena agrocomercial.

Los nombres que se le da depende del producto que se esté manejando. Así este adopta el nombre de cadena agroalimentaria en el caso de un producto cuya orientación principal es el consumo directo, por ejemplo en el caso de la papa, de cadena agroindustrial en relación al algodón o un rubro de origen forestal, de cadena agro exportadora en el caso de espárragos para exportación. Un ejemplo de cadena agrocomercial lo visualizamos en el gráfico 3.

GRÁFICO N° 3 EJEMPLO DE CADENA AGROCOMERCIAL



FUENTE: CIP, 2008

c. TIPOS DE COMERCIO

Se ha encontrado dos tipos de comercio que se dan en la actualidad, estas son: comercio centralizado y el comercio descentralizado, las cuales mostramos a continuación.

c.1 COMERCIO CENTRALIZADO

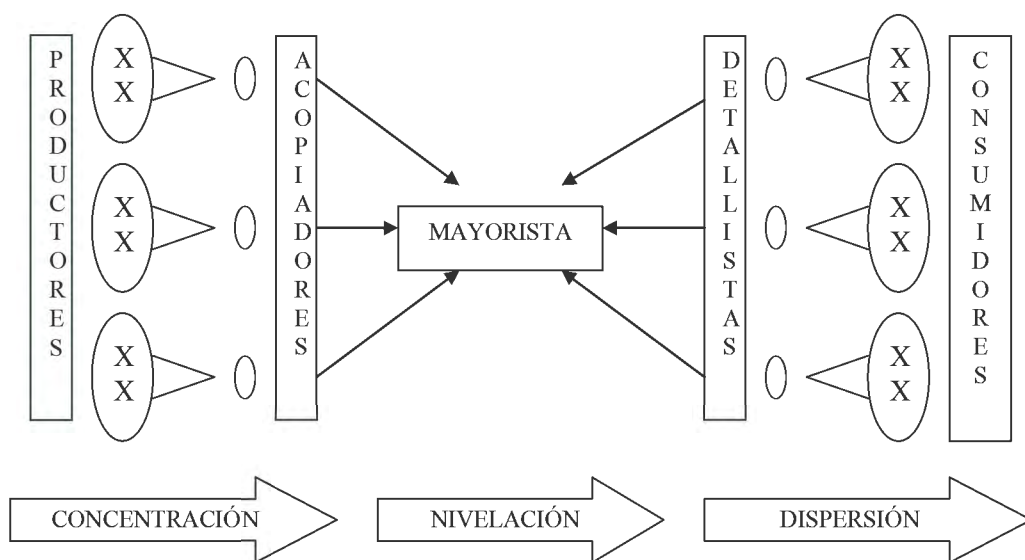
En este tipo de comercio prevalece la toma de decisiones importantes a un nivel centralizado. Estas decisiones se derivan a nivel urbano y es centralizado en los mayoristas. Estos tendrán mayor poder de negociación dependiendo de la cantidad que llega a sus almacenes. Se habla de dos tipos de mercados donde interviene este agente de la comercialización.

En el mercado rural los ofertantes vienen a ser los productores que podría decirse los mayoristas del lugar mientras que los demandantes los consumidores.

En el mercado urbano los ofertantes serán los mayoristas y los demandantes podrían ser los minoristas o consumidores. Comúnmente los mayoristas se encuentran en las grandes ciudades

En el gráfico 4 se encuentra esquematizado un comercio centralizado donde se observa un punto de concentración que son los mayoristas para después dichos actores originar a los detallistas y consumidores.

GRÁFICO N° 4: ESQUEMA DE UN COMERCIO CENTRALIZADO



FUENTE: MERCADO, 2005

Entre las características que podemos encontrar en cuanto a este tipo de comercio son los siguientes:

- Tiene muchos acopiadores para el mercado. Es una característica todavía presente todavía en muchos países de América Latina, pero esta perdiendo vigencia.

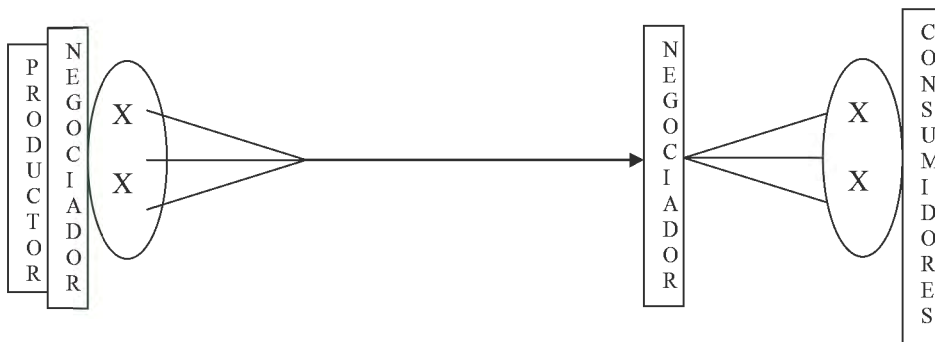
- Es un sistema atrasado y desorganizado.
- En este tipo de comercio no existe infraestructura.
- No existe transporte especializado.
- Los envases no son específicos.

c.2 COMERCIO DESCENTRALIZADO

Se caracteriza por una integración horizontal, es decir todos los actores de la comercialización en este caso estarán al mismo nivel. Cuando esto sucede en el campo empresarial se dice que dos empresas que actúan de esta manera se asocian para alcanzar objetivos comunes ó para aumentar su participación en el cumplimiento de sus metas. Actualmente los supermercados realizan este tipo de comercio donde tratan de eliminar todo intermediario posible que encarezcan sus costos, es decir lo que caracteriza este tipo de comercio es la negociación directa donde lógicamente casi no existe la participación de mayoristas , acopiadores, detallistas, etc.

El gráfico 5 nos muestra un comercio descentralizado, lográndose observar el trato directo entre dos negociadores, donde estos pueden ser el propio productor y el representante de un cierto supermercado, para después trasladar el producto final a los consumidores..

GRAFICO N° 5 : ESQUEMA DE UN COMERCIO DESCENTRALIZADO



FUENTE: MERCADO 2005

El comercio descentralizado tiene las siguientes características:

- Es de integración horizontal.
- El mercado premia la eficiencia.
- El transporte es especializado.
- Hay mayores probabilidades que el productor tenga mejores precios y menos inestabilidad.
- Se reduce la incertidumbre para el productor.
- Los productores cultivan en base a información anticipada (lo que quiere el mercado), recibiendo capacitación y apoyo.

Rafael Torres (2001) menciona que la población saludable y bien alimentada es indispensable para el crecimiento económico y el desarrollo de un país, pues la situación nutricional y de salud de los niños así como también de los adolescentes afecta la capacidad de aprendizaje y el nivel académico de los mismos, la cual a su vez determina la productividad cuando son adultos, deduciendo que dicha productividad depende en gran medida del nivel de alimentación y nutrición que se haya tenido, por tanto existe una relación positiva entre salud, nutrición y productividad económica.

Los nutricionistas están de acuerdo en que parte de la solución a las deficiencias de micronutrientes es convencer a la gente de hacer mas nutritivas sus dietas. Hasta ahora con frecuencia se dice que es difícil hacer ello utilizando comidas locales si usted es pobre. Ellos requieren grandes insumos de educación asegura Mannar.

Según el texto Combatiendo el Hambre Escondida (2002) una estrategia para suministrar micronutrientes a los pobres en países en desarrollo involucra hacer los alimentos mas nutritivos mediante el uso de manipulación convencional. Esta es

potencialmente una estrategia sostenible de bajo costo. “No requeriría que la gente cambie sus hábitos de comida”.

2.1.2 DEMANDA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

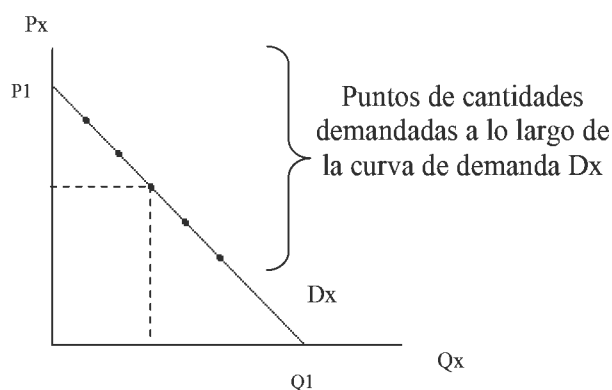
La demanda de productos agropecuarios se define como la cantidad de bienes que los consumidores están dispuestos a adquirir en determinadas condiciones. La demanda esta dada por una determinada función, la cual incluye precios del bien agropecuario propiamente dicho (P_x), precios de bienes sustitutos (P_s), precios de bienes complementarios (P_c), gustos y preferencias del consumidor (G_yP), ingreso disponible (Y_d), hábitos de consumo y cultura (HC), estacionalidad (E) entre otros. Por ejemplo la demanda de la carne de res estará determinada por el precio de la carne de pollo, pescado ó chanco; del gusto del consumidor por dicha carne; por la disponibilidad de dinero ó capacidad adquisitiva. En cuanto a hábitos de consumo y cultura por poner un ejemplo, en un caso extremo no se podrá pensar en ofrecer carne de res a personas que vienen de otros países, donde se considera a dicho animal no comestible. En cuanto a la variable estacionalidad, por ejemplo se menciona que la demanda de carne de pavo o de uvas es mayor en el mes de diciembre que en otros años.

A continuación tenemos la función de demanda, la cual depende de las variables anteriormente mencionados en su respectivo orden.

$$\text{DEMANDA} = F (P_x, P_s, P_c, G_yP, Y_d, HC, E, \dots)$$

Si sólo consideramos el precio del bien a demandar (P_x), entonces hablaremos de cantidad demanda como aquellos puntos dentro de la curva de demanda (con pendiente negativa) que optarían los consumidores en su toma de desiciones, dependiendo del nivel de precio del bien. La curva de demanda la podemos graficar en dos ejes “x” e “y” como se observa en el gráfico 6. Así tenemos que las magnitudes precio y cantidad son inversamente proporcionales.

GRÁFICO N° 6: CURVA DE DEMANDA



ELABORACIÓN PROPIA

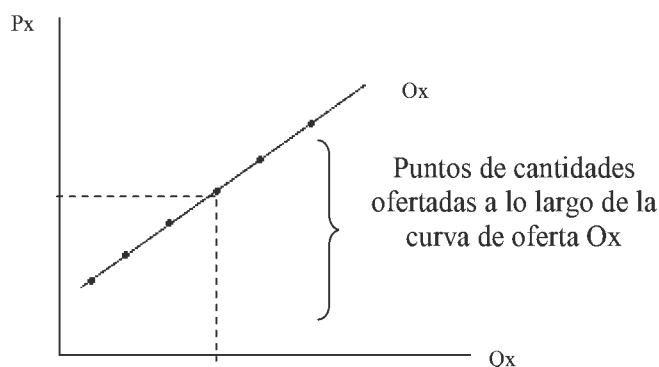
2.1.3 OFERTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS

Se define como la cantidad de bienes en la cual los productores de dichos bienes están dispuestos a ofrecer al mercado a determinadas condiciones. La oferta esta dada por una determinada función en la cual se incluye una serie de variables, cuyo objetivo es la de determinar el nivel de oferta que se ofrecerá en el mercado. Dichas variables pueden ser nivel de tecnología de producción (T), recursos disponibles del productor (Rd), costo de producción (CP), precio del producto (Px), considerando también el precio de sus bienes sustitutos y complementarios. Así en ese orden tenemos la siguiente función de oferta.

$$\text{OFERTA} = F (T, Rd, CP, Px, Ps, Pc, \dots\dots)$$

Así como en la demanda se observan cantidades demandadas, así también con respecto a la oferta se apreciarán cantidades ofertadas, siendo dichos puntos los que se observan en el gráfico 7.

GRÁFICO N° 7: CURVA DE OFERTA



ELABORACIÓN PROPIA

2.1.4 SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL

Según el ministerio de la mujer y desarrollo social “MIMDES” lo menciona como el conjunto de enfoques, principios y criterios de actuación general y transversal a los ámbitos de competencia de los sectores y niveles de gobierno que están destinados a proveer los lineamientos y estrategias para el diseño de políticas específicas por medio de las cuales el Estado Peruano se compromete a garantizar el ejercicio de los derechos humanos básicos, en especial el derecho a la alimentación, para que sus habitantes mejoren sus vidas, sean libres e influyan en las decisiones que los afectan.

El aumentar la disponibilidad de alimentos es una condición necesaria pero no suficiente para optimizar la seguridad alimentaria y nutricional, pues lo importante es cuán nutritivos son estos. Es vital asegurar que la gente tenga acceso a ello.

Los logros de la seguridad alimentaria en la población urbana estará dada por la seguridad nutricional de los individuos que la conforman, ya sea a nivel del hogar, comunidad, municipio, región o nación. Los cambios que se vienen dando en América Latina tanto en el perfil de salud como en el sociodemográfico obligan a promover regímenes alimenticios saludables mediante acciones que permitan aumentar la disponibilidad y acceso a alimentos de calidad nutricional adecuada, así como una equitativa distribución de los mismos sobre todo en la población de bajos recursos que son

los más vulnerables. La seguridad alimentaria y nutricional aparece cada vez con mas frecuencia como el objetivo central de la política alimentaria en los países de América Latina.

A continuación se presentarán recomendaciones en los aspectos de seguridad alimentaria y nutricional según el MIMDES:

1.- Combatir las deficiencias de micronutrientes fortificando los alimentos y ofreciendo suplementos vitamínicos, recomendando hábitos de consumo más saludables.

2.- Capacitar a las nuevas madres utilizando su nuevo conocimiento de capacitaciones asimiladas para mejorar las dietas y el cuidado de sus hijos, siendo modelos a seguir espacialmente para sus hijas, así lo mencionó John Hoddinot (2002), investigador del IFPRI (international food policy research institute).

3.- Otorgar a las mujeres los papeles claves que jugarán en el mantenimiento de los tres pilares de la seguridad alimentaria: Producción de los alimentos, su acceso a ellos y su utilización.

Entre los objetivos generales de seguridad alimentaria tenemos:

a) Garantizar la satisfacción de las necesidades alimentarias básicas de aquella parte de la población que por problemas de ingreso no están en condiciones de cubrir sus carencias alimentarias ni nutritivas.

b) Impulsar cambios progresivos en los patrones de demanda que sean tendencialmente coherentes con las potencialidades de los recursos nacionales.

c) Incrementar los niveles de autosuficiencia, tanto en productos como en insumos y medios de producción del sector alimentario nacional.

Para evitar que existan problemas que afecten la disponibilidad agregada se distinguen :

* El grado de “estabilidad” de la oferta interna y de sus principales componentes, es decir se tienen que asegurar que no existan fluctuaciones de cantidades ofrecidas desde el interior de nuestro país.

* El grado de “suficiencia” de la oferta para satisfacer determinados niveles de demanda, es decir las cantidades a ofrecer deben tener la seguridad de abastecer una población objetivo o focalizado, mencionado en algún planeamiento alimentario.

* Alcanzar un óptimo nivel de “autonomía” o si se quiere de dependencia externa de los sistemas alimentarios, ello se refiere a que se debe procurar no depender de ningún envío de productos o sistema alimentario foráneo.

* Obtener el nivel requerido de sustentabilidad en el largo plazo de los actuales patrones de oferta y demanda de alimentos. Esto quiere decir que la naturaleza no se tiene que ver afectada negativamente resultado de la extracción de productos para la alimentación del hombre.

Según Juan José, Polledo (2003) podría surgir un problema en la fase de producción y transformación de un alimento en la que se introduce un determinado riesgo de manipulación, por ello se deberán tomar todas las medidas higiénicas necesarias en la transformación de alimentos (mercados de forma).

2.2 MARCO CONCEPTUAL.

ACOPIAR.- Consiste en reunir la producción procedente de distintas unidades, para hacer lotes homogéneos que faciliten el transporte.

ALMACENAMIENTO.- Consiste en mantener el producto en depósito por algún tiempo con el propósito de ajustar la oferta a los requerimientos de la demanda.

ATRIBUTO - Es la característica o cualidad que en conjunto define un producto, en la cual puede ser sometido a una observación determinada con fines del investigador.

ATRIBUTO MANEJABLE .- Se refiere al atributo del que depende la dificultad para su manipulación. Tiene que ver con el trabajo incorporado de la persona, con el propósito de hacer realidad la transformación del producto de acuerdo a las preferencias del consumidor.

AUTONOMÍA.- Se refiere al grado de vulnerabilidad externa de los sistemas alimentarios, es decir está relacionado con el nivel de dependencia alimentaria que se tiene con otro país.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.- Son rutas por donde transitará el producto a comercializarse. Permite conocer de manera sistemática el flujo o circulación de los bienes y servicios entre su origen (productor) y su destino (consumidor).

COMERCIALIZACIÓN.- Es una actividad o serie de actividades de manipulación y transferencia de valor al producto y de preparación para el consumo. Se menciona que la comercialización de un determinado bien empieza con la idea de que producto sembrar y termina con la satisfacción del consumidor final.

COSTOS DE PRODUCCIÓN.- Son los desembolsos necesarios que se incurre para producir un bien o servicio, como por ejemplo materias primas, mano de obra.

DEMANDANTES.- Son los actores económicos que están dispuesto a adquirir productos activando la acción de compra.

DETALLISTAS O MINORISTAS.- Son intermediarios que tienen por función básica el fraccionamiento ó división del producto y el suministro al consumidor.

ECONOMÍA SUBTERRÁNEA.- Es aquella economía donde su mano de obra que la conforma no es contabilizada por las cuentas nacionales como el PBI, ese es el caso del trabajo de las amas de casa, niños de la calle, socias de los comedores populares, etc.

ESTABILIDAD DEL PRODUCTO.- Estado de equilibrio de un objeto ó producto agrario que se encuentra en condiciones optimas para su manipulación.

FOCALIZACIÓN.- Se alude al procedimiento de seleccionar a un grupo de beneficiarios con el propósito de asegurar que algunos programas ó proyectos se orienten a ellos. El supuesto es que a través de la identificación precisa de aquellos que merecen ser parte de los programas de lucha contra la pobreza se puede ampliar los beneficios de estos recursos y minimizar los costos.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.- Es el proceso de analizar un mercado con el fin de determinar las posibilidades de comercialización para un producto y como alcanzar el éxito con el. Puesto de otra forma, es el conjunto de actividades necesarias para obtener las informaciones requeridas sobre el mercado. A nivel más elemental una investigación de mercados puede comprender simplemente conversar con la gente de un cierto poblado para determinar lo que estos desean comprar y cuanto pueden pagar.

INFORMACIÓN PRIMARIA.- Es la información que no se encuentra disponible, sino que debe obtenerse mediante trabajo de campo en el lugar mismo de la investigación.

INFORMACIÓN SECUNDARIA.- Es la información que ya existe en forma de datos publicados o semipublicados y que normalmente se puede obtener mediante trabajo de despacho.

MÁRGEN DE COMERCIALIZACIÓN.- Es un indicador cuantitativo económico que se presenta mayormente en porcentaje. Un margen de comercialización se puede dar considerando precio de venta, costos, ingresos, utilidades, es decir está a decisión del investigador. El margen de comercialización tiene como objetivo transparentar los costos y riesgos del mercadeo y generar una retribución ó beneficio neto a los participantes en el

proceso de distribución. La participación o margen del agricultor tiene como finalidad informar los costos y riesgos de la producción mas el beneficio neto o retribución al productor.

MAYORISTA.- Concentra la producción y la ordena en lotes grandes y uniformes que permiten la formación del precio, operaciones de almacenamiento, transporte y en general prepara el producto para la siguiente etapa de distribución.

OFERTANTES.- Son los actores económicos que están dispuestos a ofrecer productos bajo ciertas condiciones de precios.

PLANTA FRANCA.- Es aquella que ha sido producida de semilla en vivero, es decir sin sufrir alguna manipulación genética hecha por el hombre.

POBREZA.- Es la incapacidad de una familia de cubrir con su gasto familiar una canasta básica de subsistencia.

POBREZA EXTREMA.- Es cuando los gastos familiares no logran cubrir los requerimientos de una canasta alimentaria.

PRODUCTO- Es la suma de características o atributos físicos, también es el medio por el cual se pueden satisfacer las necesidades de consumidor.

PRODUCTOR.- Es el primer participante en el proceso de la comercialización, desde el momento mismo de tomar una decisión sobre la producción a realizar.

PRODUCTOS AGRARIOS.- Todo lo que se obtiene de la agricultura sin importar su utilización.

RESTINGAS.- Terrenos de la selva peruana que soportan inundaciones por causa de las constantes lluvias que originan las crecidas de los ríos.

SUSTENTABILIDAD.- Capacidad de un sistema alimentario de asegurar que los logros a corto plazo de estabilidad, suficiencia y autonomía no se consigne a costa de un deterioro tal de los recursos naturales ya sean renovables ó no renovables que haga imposible su sostenimiento en el largo plazo.

SEGURIDAD ALIMENTARIA.- Derecho de toda persona a tener acceso a alimentos sanos y nutritivos para llevar una vida activa y saludable en todo momento, para lo cual se debe asegurar el acceso físico, económico y un entorno político y social propicio.

TIR.- Es la tasa interna de retorno y se conoce como una tasa que es originada cuando el valor actual neto (VAN) se iguala a cero. Esta tasa suele ser comparada con la tasa de interés de oportunidad o el costo de capital promedio ponderado (CCPP) para decidir si invertir o no.

TRANSFORMACIÓN.- Consiste en modificar la forma de un producto para preservarlo y hacerlo accesible al consumidor.

UTILIDAD DE LUGAR.- Se crea utilidad de lugar facilitando los productos a los clientes en los sitios donde puedan adquirirlos.

UTILIDAD DE TIEMPO.- Se crea utilidad de tiempo haciendo que los productos estén a disposición de los clientes cuando estos lo deseen, desestacionalizando la producción, es decir los productos pueden ser consumidos no necesariamente en época de cosecha.

UTILIDAD DE POSESIÓN.- Cuando se transfiere a los clientes la propiedad del producto que ellos compran.

VAN.- Es el valor actual neto y representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado las sumas invertidas y los correspondientes costos de oportunidad. Las cifras que indica se denominan ganancias extraordinarias.

VENTAJAS COMPARATIVAS.- Esta teoría se le atribuye en sus orígenes a David Ricardo (1772-1823). Bajo este modelo los países deben exportar los bienes en que su fuerza de trabajo les permite una producción en forma relativamente más eficiente que otros.

VENTAJAS COMPARATIVAS ESTÁTICAS.- Existe independientemente de la acción del hombre. Se basa en la dotación de recursos / factores (tierra, capital, trabajo) y posee una característica estructural y es utilizada para medir el patrón de especialización sectorial de un país, por ejemplo en la ubicación geográfica del Perú la disponibilidad de un producto agrario como el camu camu.

2.3 ANTECEDENTES

2.3.1 ESTUDIOS PREVIOS

No se ha encontrado estudios de comercialización hacia el mercado interno, no obstante se han realizado varios estudios hacia el mercado externo relacionados a su comercialización, producción y exportación. Entre las mas importantes destacan cinco estudios realizados, tres por entidades nacionales y dos estadounidenses.

PROMPEX (comisión para la promoción de exportaciones) realizó una investigación en el año 1998 y fue auspiciada por la agencia internacional de desarrollo de los Estados Unidos “USAID” y la comisión de lucha contra el consumo de drogas “CONTRADROGAS”. Se analizó la producción solo en localidades con una alta presencia del cultivo de coca como en Aguaytía, Uchiza, Caynarachi y Puerto Bermúdez. El objetivo principal fue buscar incentivar un cambio de la comercialización de coca hacia camu camu, bajo sustitución de cultivos alternativos. Aunque concentra su análisis económico financiero solamente en las localidades mencionadas ubicadas en altura, este estudio provee información detallada sobre los costos de producción del camu camu asociado con otros cultivos y demuestra que inversiones agroindustriales utilizando tecnología apropiada con manejo permanente tendrían rentabilidad. PROMPEX ha realizado una agrupación de cultivos potenciales en cuanto a rentabilidad en la comercialización, clasificándolos en tres

categorías: cultivos recomendables, cultivos de segunda prioridad y cultivos no recomendables encontrándose el camu camu en el primer grupo.

El Consorcio para el Desarrollo Sostenible de Ucayali “CODESU” elaboró el año 1998 un estudio donde daba una introducción al cultivo de camu camu incluyendo también una descripción ilustrada de los procesos de producción. En cuanto a comercialización menciona un breve análisis de esta actividad en los mercados internacionales y el potencial del cultivo, pero debido a su orientación al desarrollo de Ucayali no se profundiza la situación y el potencial de Loreto en cuanto a este cultivo.

Entre mayo - agosto del 2,000 se conformó un equipo central de investigación del Ministerio de Agricultura e iniciaron un exhaustivo trabajo de campo y varias investigaciones primarias y secundarias. Las zonas de estudio fueron las regiones de Loreto y Ucayali, desde las ciudades de Iquitos y Pucallpa a algunos lugares estratégicos del cultivo de camu-camu incluyendo el estrecho (río putumayo), Requena Yarinacocha y Campo Verde. El resultado en cuanto a comercialización de camu camu fue la conclusión que en el corto y mediano plazo el Perú podría entrar en los mercados internacionales solo con productos primarios sin mayor valor agregado. Este estudio analiza los mercados y las características de la demanda en Japón, Europa y los Estados Unidos, pero pone mayor énfasis en el análisis de la problemática de la oferta incluyendo la situación actual del pequeño productor.

La investigadora estadounidense Winrock Internacional en sus estudios realizados prioriza la comercialización del camu camu a nivel mundial con relación al potencial del mercado internacional para el camu-camu, incluyendo la competencia de productos naturales que contienen cantidades también sorprendentes de vitamina C, como la acerola y la mosqueta, pero que no se iguala definitivamente al camu camu. Este estudio no pone énfasis en la situación actual ni potencial de la oferta.

Se tiene conocimiento que el estado de California realizó estudios de frutales amazónicos el año 2003 y las conclusiones de dicha investigación tuvieron similares conclusiones que las realizadas por Winrock Internacional.

2.3.2 ANÁLISIS FODA DEL CAMU CAMU EN UCAYALI

A continuación se presenta los resultados del análisis FODA que fueron obtenidos a través del análisis de competitividad y de la realización del taller de planeamiento estratégico llevado a cabo los días 23,24 y 25 de febrero del 2006 en Pucallpa y validado los días 4 y 5 de abril por los actores regionales.

FORTALEZAS

- F1 El camu camu es un recurso genético amazónico.
- F2 El camu camu es la mayor fuente de ácido ascórbico orgánico del mundo.
- F3 Hay un banco de germoplasma.
- F4 La cadena productiva está en proceso de consolidación.
- F5 Hay una mesa de diálogo en actividad.
- F6 Hay proyectos de asistencia técnica actuales y capacitaciones en camu camu.
- F7 Presenta propiedades nutritivas y farmacológicas antioxidantes.
- F8 Hay tecnología disponible.
- F9 El cultivo ha sido declarado de interés nacional.
- F10 Se utilizan suelos inundables.

DEBILIDADES

- D1 Hay capacidad y asistencia técnica limitadas.
- D2 No hay créditos para mantenimiento del cultivo (3 primeros años de cultivo).
- D3 Falta consolidar las organizaciones productoras.
- D4 Falta promoción al mercado nacional.
- D5 Falta de patentes y marcas.
- D6 Escasa infraestructura física para la post cosecha.

OPORTUNIDADES

- O1 Creciente demanda internacional por productos tropicales y orgánicos.
- O2 Incentivos tributarios para industrias que manufacturan productos no tradicionales a través de la ley de promoción de la amazonía.
- O3 Asistencia a ferias internacionales en Biocomercio ó Bionegocios.

AMENAZAS

A1 La variabilidad de factores climáticos afecta la producción.

A2 Presencia de plagas y hongos que aun todavía no se logran desaparecer.

A3 Peligro constante por la salida de germoplasma a otros países por falta de una ley que la proteja como patrimonio nacional.

A4 Zonas de alta convulsión social que incrementan el riesgo de la región.

2.3.3 CASOS REALIZADOS DE COMERCIALIZACIÓN

Actualmente se tienen pocos antecedentes con respecto a casos de comercialización hacia el mercado interno (dirigidas al mercado limeño). A continuación pasaremos a mencionar ciertos casos realizados:

- A nivel piloto se ha intentado comercializar productos derivados del camu camu lanzando pruebas con productos como caramelos¹ realizada por la compañía Backus en el año de 1999 hacia los mercados de Pucallpa y Lima, sin embargo no obtuvieron las ventas necesarias para posicionarse ni mantenerse en el mercado.

- La empresa Indalsa lanzó al mercado néctares embotellados en el primer semestre del año 2000 y en el segmento de jugos y néctares. Esta empresa estuvo incorporando camu camu para aumentar cantidades de vitamina C en la marca Selva, consistente principalmente en el mercado de néctar y jugo de naranja.

- La asociación Trópicos realizó en el segundo semestre del 2000 el lanzamiento de sachets², manteniendo pulpa de camu camu para uso doméstico a distribuirse a través de la cadena de supermercados Santa Isabel.

- La corporación Frugos de Inka Kola compró 12 TM de pulpa congelada en el primer semestre del año 2000 y estuvo investigando a nivel piloto la integración del camu camu en algunos de sus néctares populares.

¹ Cada caramelo de 6,5 gr. tenía 25 mg de vitamina C, además este contenía 4 veces más que otros caramelos de vitamina C ofrecidos al público

² El sachets de 200 ml costaba S/.3 recomendándose para refrescos adicionándole agua y azúcar

- En el 2004 se supo que el laboratorio Hersil en Perú estaba elaborando productos liofilizados, cápsulas y pastillas para su comercialización.

- En el 2004 la empresa denominada Agroindustrial estuvo fabricando cápsulas de camu camu con alto contenido de vitamina C, obtenido de la pulpa de este fruto.

- En el 2005 en una visita a la empresa San Juan (fuente propia) se observó cajas de caramelos de camu camu que salían de la empresa en cajas con la marca Lugón para el mercado³.

- En el año 2007 en una entrevista con el señor Basilio Inocencio (productor de ADIPROCAY) mencionó que comercializaba el fruto de camu camu en la ciudad imperial del Cuzco ofreciendo el kilogramo a S/.10. El punto final de dicha comercialización eran los turistas extranjeros que llevaban el fruto para sus enfermos de TBC, anemia e inclusive se dice que hasta para enfermos de Sida. Estos compradores estaban mas informados de los beneficios del camu camu que los propios nacionales que no tenían conocimiento de lo que su país producía.

- En marzo del 2008 se recorrió diversos mercados de la capital (fuente propia) con el fin de averiguar si se comercializaba camu camu en Lima en forma de fruto, encontrándose que en el mercado de frutas de Santa Anita (stand 131) se ofrecía dicho fruto (camu camu arbóreo, proveniente de Uchiza) a 6 soles el fruto chico y a 10 soles los frutos medianos y grandes.

Actualmente la empresa privada con cierto apoyo del estado está difundiendo en mucho mayor grado, con respecto a años anteriores, las propiedades nutritivas del camu camu en ferias, exposiciones y mesas de diálogos. El estado todavía no apuesta del todo por su investigación profunda ni tampoco reinicia el programa nacional de camu camu, estancado desde años anteriores. Se espera que con el siguiente gobierno del Dr. Alan García Pérez ésta situación se revierta.

³ Observación realizada en una entrevista sostenida con la Ing. Francis Young en las oficinas de la empresa San Juan, el año 2006.

2.3.4 RESEÑA DE LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO (S.J.L)

La central de comedores autónomos de San Juan de Lurigancho (en adelante CCA-SJL) fue fundada el 31 de Octubre de 1986, agrupando inicialmente 18 comedores populares dispersos, con el fin de coordinar, intercambiar experiencias y conectarse con otros comedores que compartían sus mismos problemas y necesidades pero también las mismas fortalezas, posteriormente por la crisis económica en 1988 su participación en la sociedad se hizo necesaria.

Debido al crecimiento numérico de los comedores afiliados y a la gran extensión del distrito, en 1989 se propicia una mayor participación de las bases a través de encuentros de comedores por zonas geográficas. Los encuentros dan por resultado la formación de cuatro comités zonales en la parte baja, media, alta y en el llamado “el arenal” con sus respectivas juntas directivas, descentralizando la gestión de la organización.

Posteriormente en el año 1990 con la crisis inflacionaria y el shock de ajuste se forma el quinto comité zonal correspondiente a Campoy, conformándose así las cinco zonales en toda la extensión de S.J.L que actualmente en el 2010 existen (CENTRAL DE COMEDORES AUTÓNOMOS, CCA-Memoria,1999).

Para el año 2002 se contaba con 368 comedores populares, y 7 264 socias en las 5 zonales y a partir del año 2003 se inicia la transferencia a los gobiernos regionales y locales de los programas de lucha contra la pobreza y los proyectos de inversión e infraestructura productiva en función de las capacidades de gestión de cada gobierno regional o local.

La federación de mujeres organizadas en la central de comedores populares autogestionarios y afines de Lima y Callao (en adelante FEMOCCPAALC) en sus escritos de vigilancia de seguridad alimentaria en el año 2002 menciona que los diversos gobiernos deben de promover el incremento de la producción nacional y que se articule la producción

del agro nacional con el consumo, además que la canasta alimentaria sea de alto valor nutritivo, dando preferencia a los productos concentrados.

En una serie de entrevistas a 4 dirigentes de comedores populares de la zona Las Flores, S.J.L se informó lo siguiente: Cada comedor popular está conformado por las llamadas socias activas y pasivas. Las socias activas son aquellas que cocinan en base a turnos acordados en las asambleas llevadas a cabo continuamente, es decir en ellas descansa la razón de ser de los comedores populares mientras que las socias pasivas son aquellas que apoyan las decisiones de las asambleas en base a su voto u otro tipo de participación de menor grado.

En la actualidad en promedio existen un poco más de 18 socias activas por comedor. El trabajo diario es realizado por tres socias activas por día, mientras que la planificación del menú esta dada con una semana de anticipación.

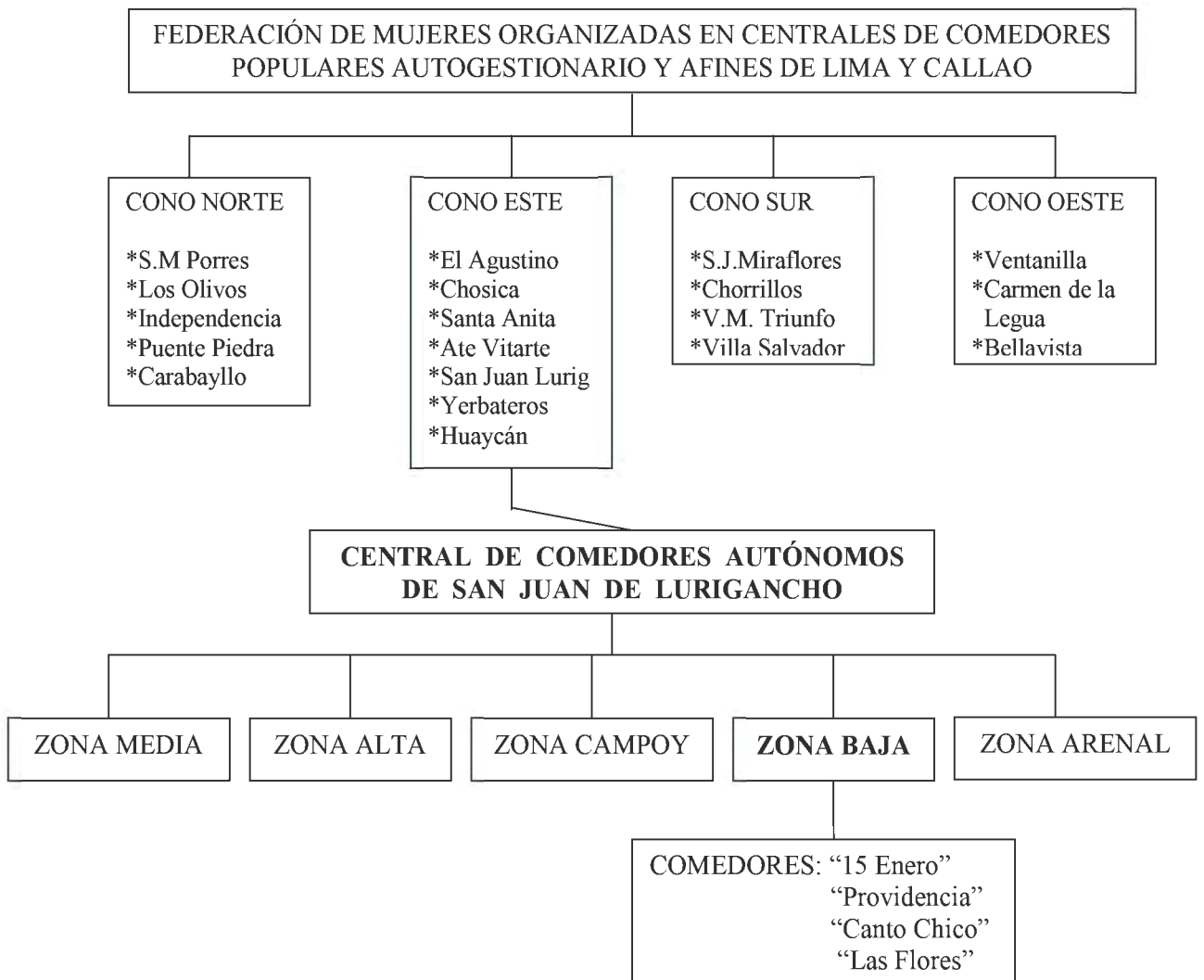
Según el plan estratégico a largo plazo para los comedores populares (2002), se menciona que a través de los años y conforme el país siga en su camino al crecimiento económico (se proyecta que a finales del 2009 seremos el primer país en crecimiento económico a nivel de Latinoamérica, a pesar de la recesión en EE.UU) los comedores deberán captar menos recursos por parte del estado, convirtiéndose poco a poco en empresas autosuficientes, razón por la cual estas organizaciones populares deberán apoyarse en los Agronegocios con el fin de mantenerse en el mercado de consumo de alimentos y para tener un desenvolvimiento eficaz, de tal manera que mejoren sus alternativas de alimentación, redes productivas, nivel de empleo y de nutrición en la comunidad donde se desempeñan.

En la actualidad los comedores populares de San Juan de Lurigancho desarrollan actividades productivas paralelas a la de preparación de los alimentos. Estas actividades se optan con el propósito de lograr mayores recursos para las familias de las socias activas de los comedores populares produciendo carteras, ropa tejida, tamales, yogurts, mermeladas, entre otros.

En el gráfico N° 8 se muestra la manera como la FEMOCCPAALC se ramifica en 4 ramas, las cuales son: Cono Norte, Cono Este, Cono Sur y Cono Oeste. La central de comedores autónomos de San Juan de Lurigancho se encuentra en el Cono Este. Dicha central está dividida por 5 Zonas las cuales son: Zona Media, Zona Alta, Zona Campoy, Zona Baja y Zona Arenal. Los comedores evaluados en el presente estudio pertenecen a la Zona Baja donde se encuentran otros comedores populares situados en 15 de Enero, La Providencia y Canto Chico.

GRÁFICO N° 8

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LOS COMEDORES POPULARES DE LIMA Y CALLAO



FUENTE: CCA S.J.L 1999

CAPÍTULO III : METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

3.1 TIPO DE ESTUDIO

El presente estudio será de tipo exploratorio y explicativa, producto de los trabajos de campo a realizarse.

Las variables principales serán: Producción agrícola, demanda, población objetivo, tamaño de muestra, gustos y preferencias, calidad, precios de adquisición, rentabilidad y volúmenes de adquisición.

3.2 ÁREAS DEL ESTUDIO

3.2.1 DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO (DEMANDANTE)

El distrito de San Juan de Lurigancho se encuentra localizado al Nor-Este de la provincia de Lima. Se desarrolla entre los siguientes límites :

POR EL ESTE.- La margen derecha del río Rímac y la divisoria de los cerros Pedreros y Campoy.

POR EL NORTE.- La cadena de cerros de Canto Grande, Mata, Caballo Chico y Mangamarca hasta la quebrada de Vizcachera en el límite de la Hacienda Campoy con la Hacienda Pedreros.

POR EL OESTE.- La cadena de cerros de Amancaes hasta la divisoria de los cerros de Canto Grande.

POR EL SUR.- Con el distrito del Rímac, en la zona de Piedra Liza y la divisoria del cerro San Cristóbal y el río Rímac

El distrito de San Juan de Lurigancho (S.J.L) posee una superficie de 131.25 Km² y en cuanto a su altitud la parte mas baja es el techo del río Rímac (Sector Piedra Lisa) correspondiente a 179.90 m.s.n.m y su punto mas alto es el cerro Colorado Norte de 2,240.00 m.s.n.m. Se recuerda que S.J.L es el distrito más grande del Perú, seguido por el distrito de Comas. (Ver zonalización del distrito de San Juan de Lurigancho y ubicación de los comedores populares mencionados en los anexos 15 y 16).

3.2.2 DISTRITO DE YARINACOCHA (OFERTANTE)

El distrito de Yarinacocha, está ubicado en el departamento de Ucayali, provincia de Cayería, cabe resaltar que se le asignó desde su creación por capital el pueblo de Puerto Callao.

Los límites de este distrito serán las siguientes:

POR EL NORTE.- La línea imaginaria parte del denominado caño de Yarinacocha, situado a un kilómetro del río Ucayali, pasando por la desembocadura de la quebrada de Panaillo en el caserío de Zapotillo.

POR EL SUR.- La línea cruza el punto denominado de intersección con la línea del Este, el canal de Pacacocha, la carretera Pucallpa y Puerto Callao hasta el kilómetro 54 de la carretera principal - Huánuco.

POR EL ESTE.- La línea parte de la intersección con la línea Norte en el canal de Yarinacocha, sigue hacia el Sur, cruzando la quebrada llamada Lobo caño y termina en la “Restinga” denominada mangual.

POR EL OESTE.- Limita con las quebradas Cashibo y Zapotillo hasta su nacimiento.

3.3 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Entre las fuentes de recolección de datos se usaron:

3.3.1 FUENTES PRIMARIAS

Para el presente trabajo de investigación se hizo uso de dos tipos de fuentes primarias: investigación exploratoria (entrevistas a profundidad y reuniones de grupo) e investigación descriptiva (encuestas) tanto en el departamento de Ucayali como en Lima.

Se realizaron entrevistas en Pucallpa (ciudad) y en el Distrito de Yarinacocha a agricultores y personal del directorio de ADIPROCA Y, ONGs, profesionales involucrados en la comercialización del camu camu, visitas a instituciones públicas y privadas vinculadas a la red de comercialización del mencionado producto, encuestas propias elaboradas a los comensales de los comedores populares focalizados con el fin captar la mayor parte de información valiosa de acuerdo a los requerimientos del estudio.

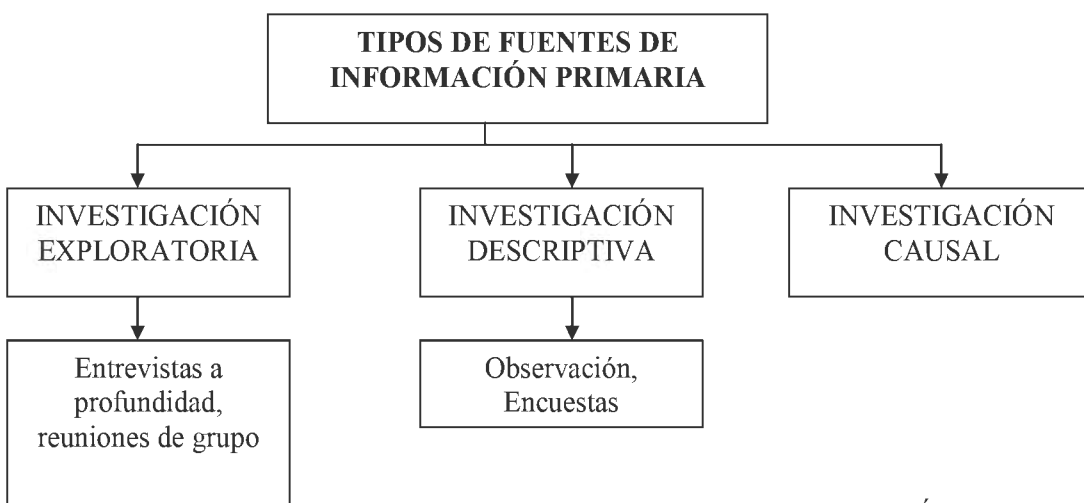
La calidad y confiabilidad de las informaciones fueron brindadas por:

- Sr. Basilio Inocencio. “Mejor productor y dirigente de ADIPROCA Y”.
- Ing. Blanca Frias. “INIA” Pucallpa / DPA.
- Ing. Carlos Oliva Cruz. “IIAP” (Instituto de investigación de Amazonía Peruana).
- Ing. Francis Young. “Gerente General de la empresa “San Juan de Pucallpa”.
- Ing. Pablo Villegas Guerrero. “Ex - presidente del ADIPROCA Y”.
- Ing. Rosas. “Departamento de Estadística e informática” UNALM.
- Ing. Rita Rivas Ruiz. “Universidad de Ucayali” “UNU”.
- Ing. Rodney Vega Vizcarra. “IIAP” (Instituto de investigación de Amazonía Peruana).
- Ing. William Daga. “INIA” La Molina.

Con respecto a la encuesta realizada a los comensales de los comedores populares: Madres Unidas por el Perú y María de Jesús, se tuvo que identificar la población objetivo para luego obtener un tamaño de muestra óptimo que refleje la representatividad de la

población, pero antes de realizar las encuestas al total de comensales que formaron parte del tamaño óptimo de muestra se realizó una prueba piloto o focus groups, donde el objetivo fue tener una idea del tipo de cuestionario a prepararse con sus respectivos pesos relativos tanto para las respuestas como para los atributos.

GRÁFICO N° 9: TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA



ELABORACIÓN PROPIA

3.3.2 FUENTES SECUNDARIAS

Se buscaron datos como censos de agricultores en Pucallpa, estudios realizados de investigación de mercado del camu camu, textos publicados del camu camu pertenecientes a instituciones gubernamentales (Ministerio de Agricultura, Universidad de Ucayali, INIA) ó privados (IIAP, cervecería San Juan) e información de páginas web en internet entre otros.

Se procuró que los datos secundarios sean corroborados por las fuentes de tipo primarias.

Para la comprobación de las dos primeras hipótesis se realizaron dos encuestas en los comedores populares Madres Unidas por el Perú y María de Jesús. La primera encuesta

fue para conocer la aceptación del producto camu camu (hipótesis 1) como fruto y en su forma de refresco, evaluando dicha aceptación en comparación con los productos limón, naranja y maracuyá. La segunda encuesta se realizó para obtener información si existe demanda por el producto camu camu (hipótesis 2) considerando que la aceptación del producto por gustos y preferencias es sólo un componente de la demanda (ver punto 2.1.2). En dichas encuestas se consideró un solo grupo muestral y el mismo tamaño de muestra obtenido estadísticamente.

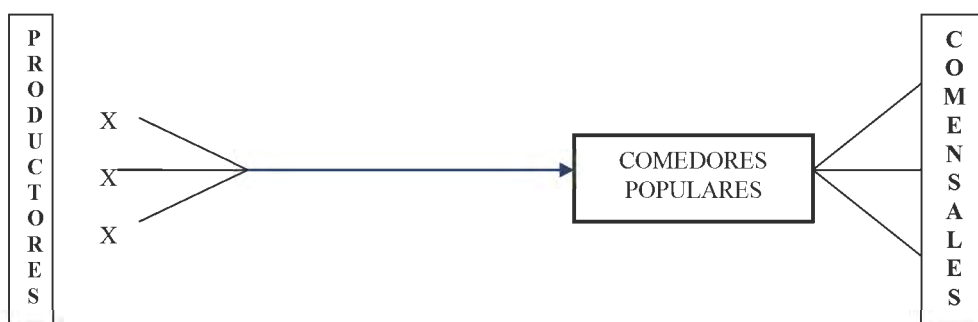
Para la comprobación de la hipótesis 3, el cual está relacionado a la oferta disponible de camu camu para satisfacer la demanda requerida, se realizó un trabajo de campo insitu en el distrito de Yarinacocha (Ucayali), visitando tanto rodales naturales y como sembríos de camu camu, realizando entrevistas a funcionarios públicos, privados, productores y directivos del ADIPROCA Y para establecer contactos para el posible envío del mencionado producto a San Juan de Lurigancho (Lima), asimismo decidiendo el número de envíos y sus respectivas cantidades.

Para la comprobación de la hipótesis 4 se elaboró un flujo de ingresos y egresos del comedor Madres Unidas por el Perú (comedor representativo) en un ciclo operativo anual, primeramente sin la inclusión del camu camu para después compararlo con el flujo incluyendo el mencionado producto, estableciendo un análisis incremental y analizando si existen ganancias.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la propuesta de viabilizar una cadena de comercialización desde Ucayali (Yarinacocha) hacia Lima (S.J.L) se ha decidido por un sistema de tipo descentralizado. En este tipo de sistema no existen intermediarios como lo muestra el gráfico 10, es decir el acuerdo entre ofertantes y demandantes será de forma directa entre productores (ADIPROCA Y) y comedores populares de S.J.L

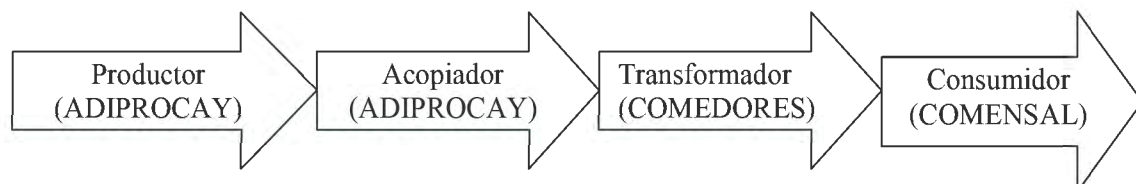
GRÁFICO N° 10 : SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN ESCOGIDO PARA EL ESTUDIO



FUENTE: PROPIA

El gráfico que representa la cadena agrocomercial en el presente estudio será como se muestra a continuación:

GRÁFICO N° 11 CADENA AGROCOMERCIAL PARA EL ESTUDIO



FUENTE: PROPIA

4.1 ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN DEL CAMU CAMU

Para determinar si existe aceptación del camu camu en base a gustos y preferencias primero se realizó una prueba piloto para afinar detalles y controlar imprevistos que pudieron darse en la encuesta real, posteriormente después de elaborar la encuesta definitiva y realizarla se procedió a analizar los resultados para finalmente trasladar dichos resultados obtenidos a un diagrama de barras.

4.1.1 PRUEBA PILOTO

Esta prueba piloto se realizó con 10 comensales del comedor Madres Unidas por el Perú escogidas al azar. A ellas se les hizo una serie de preguntas abiertas en las cuales gracias a las respuestas obtenidas se determinó el contenido del cuestionario final a prepararse para la encuesta dirigida al total de los elementos del tamaño óptimo de muestra. Se asignaron los pesos relativos tanto para los niveles de respuestas como para los niveles de atributos. Esto se observa en el cuadro 1. Después de la rueda de preguntas se procedió a la evaluación de los productos donde se incluía el camu camu.

CUADRO N° 1 ASIGNACIÓN DE PESOS RELATIVOS

| ATRIBUTO MANEJABILIDAD PESO 1 | | ATRIBUTO COLOR PESO 1 | | ATRIBUTO SABOR PESO 2 | |
|-------------------------------------|------------------|-----------------------------|------------------|-----------------------------|------------------|
| CATEGORÍA | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | PESO RELATIVO |
| poco manejable | 0 | poco vistoso | 0 | poco agradable | 0 |
| manejable | 1 | vistoso | 1 | Agradable | 1 |
| muy manejable | 1.5 | muy vistoso | 1.5 | muy agradable | 1.5 |

FUENTE: PROPIA

En el cuadro 1 se observa que con respecto al atributo manejabilidad se asignó un peso de 1, al atributo color se asignó también un peso de 1, mientras que al atributo sabor se asignó un peso 2 puesto que en la prueba piloto realizada las personas respondieron que entre los tres atributos a evaluarse el que les parecía doblemente más relevante era el

atributo sabor, así se concluyó asignarle el determinado peso, además los comensales evaluaron la aceptación de un refresco determinado principalmente por su sabor.

En la prueba piloto o focus groups se obtuvo la proporción 0,9; es decir de las 10 personas encuestadas en la prueba piloto 9 de ellas aceptaron el producto en mención mientras que 1 persona se mostró dubitativa para responder.

4.1.2 TAMAÑO DE MUESTRA ÓPTIMO AJUSTADO

El tamaño de muestra se obtuvo con la fórmula estadística:

$$n = \frac{Z_{Tab}^2 \cdot \pi \cdot (1 - \pi)}{d^2}$$

Donde:

n: tamaño de muestra óptimo

π : Proporción entre los que aceptan el camu camu y el total de encuestados en la prueba piloto.

d: Error de precisión

Las especificaciones técnicas fueron las siguientes:

Nivel de confianza = 95%

Error de estimación = 5%

Una vez obtenido el tamaño de muestra óptimo se procedió a realizar el ajuste por el tamaño de la población con la siguiente fórmula:

$$n' = \frac{n \cdot N}{N + n - 1}$$

Donde:

n': Tamaño óptimo de muestra ajustado por el tamaño de población

N: Tamaño de la población

Se consideró un tamaño de población de 120 comensales.

En los resultados obtenidos se obtuvo un tamaño de muestra óptimo de 138,2976 y ajustado a la población mencionada se obtuvo un tamaño de muestra de 65 personas.

4.1.3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA EN LOS COMEDORES POPULARES

A continuación los resultados de las encuestas realizadas a 66 comensales, en la cual los formatos usados se podrán observar en los anexos 2, 3 y 4.

CUADRO N° 2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO LIMÓN

| ATRIBUTO | | | | | | | | |
|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|
| MANEJABILIDAD | | | COLOR | | | SABOR | | |
| PESO = 1 | | | PESO = 1 | | | PESO = 2 | | |
| CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO |
| Poco Manejable | 28 | 0 | Poco Vistoso | 25 | 0 | Poco Agradable | 2 | 0 |
| Manejable | 32 | 1 | Vistoso | 40 | 1 | Agradable | 63 | 1 |
| Muy Manejable | 6 | 1,5 | Muy Vistoso | 1 | 1,5 | Muy Agradable | 1 | 1,5 |
| TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | |
| PUNTAJE ATRIBUTO | 16,4 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 16,6 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 25,8 | |
| PUNTAJE TOTAL | 84,6 | | | | | | | |

FUENTE: PROPIA

El cuadro 2 muestra los resultados de la encuesta para el producto limón dirigida a 66 comensales (uno mas que en el tamaño óptimo ajustado de muestra). Con respecto al atributo manejabilidad 28 encuestados respondieron que el limón era poco manejable, además de ello 32 respondieron que el limón era manejable mientras que 6 dijeron que el limón era muy manejable. En total el puntaje en cuanto al atributo manejabilidad es de 16.4 $((28 \times 0 + 32 \times 1 + 6 \times 1.5) / (0 + 1 + 1.5)) = 16,4$.

En cuanto al atributo color 25 respondieron que el color del producto limón como fruto era poco vistoso, pues no tenía un color vivo, mientras que 40 encuestados mencionaron que era vistoso y solo 1 que era muy vistoso. En total el puntaje en cuanto al atributo color es de 16,6.

En cuanto al sabor dos comensales mencionaron que el limón era poco agradable una amplia mayoría de 63 comensales mencionaron que les parecía agradable y solamente uno respondió que era muy agradable. En total el puntaje en cuanto al atributo sabor es de 25,8.

Sumando los puntajes para los atributos manejabilidad, color y sabor, cada uno con sus respectivos pesos, resultó 84,6 $(16,4 \times 1 + 16,6 \times 1 + 25,8 \times 2)$.

CUADRO N° 3 RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO NARANJA

| A T R I B U T O | | | | | | | | |
|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|
| MANEJABILIDAD | | | COLOR | | | SABOR | | |
| PESO = 1 | | | PESO = 1 | | | PESO = 2 | | |
| CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO |
| Poco Manejable | 16 | 0 | Poco Vistoso | 1 | 0 | Poco Agradable | 0 | 0 |
| Manejable | 44 | 1 | Vistoso | 49 | 1 | Agradable | 46 | 1 |
| Muy Manejable | 6 | 1,5 | Muy Vistoso | 16 | 1,5 | Muy Agradable | 20 | 1,5 |
| TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | |
| PUNTAJE ATRIBUTO | 21,2 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 29,2 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 30,4 | |
| PUNTAJE TOTAL | 111,2 | | | | | | | |

FUENTE: PROPIA

El cuadro 3 muestra los resultados de la encuesta para el producto naranja dirigida a 66 comensales. Con respecto al atributo manejabilidad 16 encuestados respondieron que la naranja era poco manejable en su transformación a refresco, además de ello 44 encuestados respondieron que el producto en mención era manejable mientras que 6 mencionaron que la naranja era muy manejable. En total el puntaje en cuanto al atributo manejabilidad es de 21,2.

En cuanto al atributo color una sola persona respondió que el color del producto naranja como fruto era poco vistoso, mientras que 49 encuestados mencionaron que era vistoso y 16 que era muy vistoso. En total el puntaje en cuanto al atributo color es de 29,2.

En cuanto al sabor ningún encuestado menciona que el producto naranja bajo la forma de refresco era poco agradable, 46 encuestados mencionaron que les parecía agradable y 20 respondieron que era muy agradable. En total el puntaje en cuanto al atributo sabor es de 30,4.

Sumando los puntajes parciales considerando los pesos para los atributos manejabilidad, color y sabor tenemos para el producto naranja un puntaje de total de 111,2 ($21,2 \times 1 + 29,2 \times 1 + 30,4 \times 2$).

CUADRO N° 4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO MARACUYÁ

| A T R I B U T O | | | | | | | | |
|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|
| MANEJABILIDAD | | | COLOR | | | SABOR | | |
| PESO = 1 | | | PESO = 1 | | | PESO = 2 | | |
| CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO |
| Poco Manejable | 8 | 0 | Poco Vistoso | 0 | 0 | Poco Agradable | 0 | 0 |
| Manejable | 43 | 1 | Vistoso | 43 | 1 | Agradable | 36 | 1 |
| Muy Manejable | 15 | 1,5 | Muy Vistoso | 23 | 1,5 | Muy Agradable | 30 | 1,5 |
| TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | |
| PUNTAJE ATRIBUTO | 26,2 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 31 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 32,4 | |
| PUNTAJE TOTAL | 122 | | | | | | | |

FUENTE: PROPIA

El cuadro 4 muestra los resultados de la encuesta para el producto maracuyá dirigida a 66 comensales. En cuanto al atributo manejabilidad solo 8 encuestados respondieron que la maracuyá era poco manejable en su transformación a refresco, además de ello 43 encuestados respondieron que el producto en mención era manejable, mientras que 15 dijeron que la naranja era muy manejable. En total el puntaje en cuanto al atributo manejabilidad es de 26,2.

En cuanto al atributo color ninguna persona respondió que el color del producto maracuyá como fruto era poco vistoso, mientras que 43 encuestados mencionaron que era vistoso y 23 que era muy vistoso. El puntaje para el atributo color es de 31.

En cuanto al atributo sabor ningún encuestado, mencionó que el producto maracuyá bajo la forma de refresco era poco agradable; 36 encuestados mencionaron que el sabor les parecía agradable y 30 respondieron que era muy agradable. En total el puntaje para el atributo sabor es de 32,4.

Sumando los puntajes para los atributos manejabilidad, color y sabor, cada uno con sus respectivos pesos, tenemos el puntaje total para el producto maracuyá de 122. ($26,2 \times 1 + 31 \times 1 + 32,4 \times 2$).

CUADRO N° 5 RESULTADOS DE LA ENCUESTA, PRODUCTO CAMU CAMU

| A T R I B U T O | | | | | | | | |
|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|------------------|--------------------|---------------|
| MANEJABILIDAD | | | COLOR | | | SABOR | | |
| PESO = 1 | | | PESO = 1 | | | PESO = 2 | | |
| CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO | CATEGORÍA | RESPUESTAS A FAVOR | PESO RELATIVO |
| Poco Manejable | 4 | 0 | Poco Vistoso | 1 | 0 | Poco Agradable | 0 | 0 |
| Manejable | 29 | 1 | Vistoso | 24 | 1 | Agradable | 11 | 1 |
| Muy Manejable | 33 | 1,5 | Muy Vistoso | 41 | 1,5 | Muy Agradable | 55 | 1,5 |
| TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | | TOTAL ENCUESTAS | 66 | |
| PUNTAJE ATRIBUTO | 31,4 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 34,2 | | PUNTAJE ATRIBUTO | 37,4 | |
| PUNTAJE TOTAL | 140,4 | | | | | | | |

FUENTE: PROPIA

En el cuadro N° 5 se muestra los resultados de la encuesta realizada para el producto camu camu. Respecto al atributo manejabilidad, 4 encuestados respondieron que era poco manejable, mientras que 29 respondieron que era manejable y 33 encuestados que era muy manejable. Según la mayoría de opiniones el fruto es suave y no presenta dificultades para su transformación a refresco. El puntaje para el atributo manejabilidad es de 31,4.

Con respecto al atributo color solo uno respondió que el fruto era poco vistoso; 24 encuestados respondieron que era vistoso por el color rojo del refresco (un gran porcentaje de esa tonalidad lo brinda la cáscara, el cual se emplea también como un tinte natural) y 41 respondieron que era muy vistoso. El puntaje para el atributo color es de 34,2.

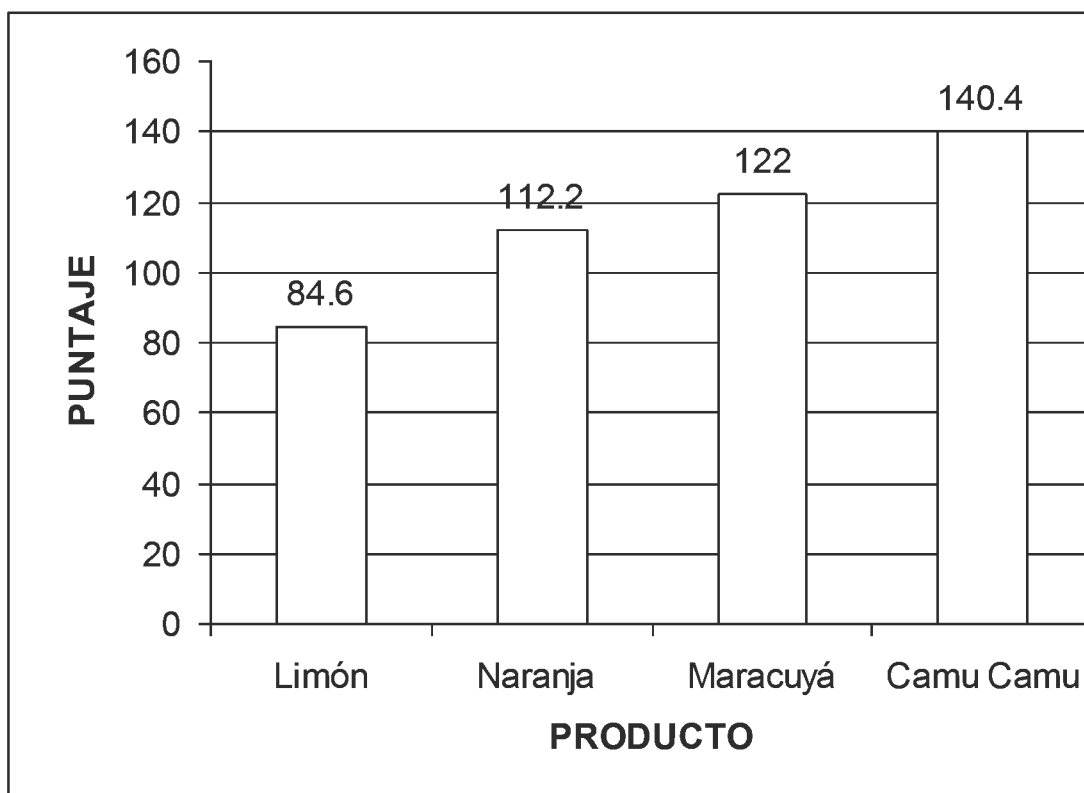
En cuanto al atributo sabor del refresco de camu camu ningún encuestado de las 66 personas encuestadas respondió que era poco agradable, mientras que 11 respondieron que era agradable y 55 que era muy agradable. El total de puntaje asignado al atributo sabor es de 37,4

El puntaje total con respecto al producto camu camu se obtuvo sumando los puntajes parciales de los tres atributos en mención cada uno con sus respectivos pesos, siendo este de 140,4 ($31,4 \times 1 + 34,2 \times 1 + 37,4 \times 2$)

Se recuerda que para la concretización del puntaje final se asignó un peso a cada atributo (manejable = 1; color = 1; sabor = 2). Cabe señalar que se asignó un peso de doble al atributo sabor por la importancia en dicha proporción (2 : 1) para las personas asistentes a la prueba piloto.

Los puntajes totales por producto se trasladaron a un gráfico de barras (gráfico 12), donde se observó que el producto camu camu es aceptado en los comedores populares y que junto con la comprobación de la demanda (punto 4.2) aportarán a la viabilización de una cadena de comercialización desde Yarinacocha, donde los ofertantes serían productores pertenecientes al ADIPROCA Y y los demandantes serían los comedores populares del distrito limeño de San Juan de Lurigancho.

GRÁFICO N° 12 RESULTADO DE PREFERENCIAS EN LA PRIMERA ENCUESTA A LOS COMEDORES POPULARES (ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO CAMU CAMU)



ELABORACIÓN PROPIA

La conclusión de la encuesta efectuada es la aceptación del refresco de camu camu por los comensales de los comedores populares evaluados como lo muestra el gráfico 12 e inclusive superando a los productos maracuyá, naranja, limón en sus formas de refrescos.

4.2 DEMANDA

La gran demanda del producto camu camu está dada principalmente en los países desarrollados y por habitantes nacionales con poder adquisitivo (estratos A y B) concientes de las ganancias en salud que obtienen gracias a las grandes cantidades de vitamina C que posee dicho fruto sin competencia alguna y que son preferidos ante cualquier otro cítrico existente en el planeta.

Existe una generación en EE.UU llamada los “baby boomer”, que actualmente empiezan a envejecer. Esta generación representa cerca del 30% de la población total y es una gran fuerza impulsora para la industria de productos naturales porque tiene a estar comprometida en la búsqueda de alternativas mas naturales y en mejorar su propia vida, salud y felicidad. Estas personas son de 41 a 59 años que han recibido una excelente educación de jóvenes y perciben un ingreso promedio anual mayor a 50 000 dólares. Ellos están empezando a informarse acerca de los beneficios del camu camu y que ganancias podrían tener en su salud.

La creciente demanda del producto amazónico impulsó a que recientemente importantes empresas instaladas en Japón elaboren bebidas (yogurt, té, refrescos energéticos), vinagres, caramelos, mermeladas, helados, así como suplementos nutricionales en base a este fruto.

4.2.1 DEMANDA INTERNACIONAL

Hoy en día (2009) la ventaja del camu camu, para el mercado norteamericano, canadiense, europeo y asiático es su alta calidad como producto concentrado en acido ascórbico, al estar libre de aditivos químicos es exigida por un creciente número de consumidores que forman parte del llamado “mercado verde”. En los mercados de Estados Unidos y Canadá probablemente serán asequibles en un futuro muy cercano con bebidas de alto contenido de “Vitamina C”.

La demanda internacional esta conformado por los siguientes países: Japón, EE.UU, Países Bajos, Alemania, Canadá, Italia, Brasil, Reino Unido, Australia, Suiza, Corea del Sur, y Nueva Zelandia, cabe resaltar que se están enviando muestras comerciales a otros países para ser analizadas.

La exportación de camu camu data de 1959 exportándose pulpa a los Estados Unidos para elaborar tabletas. En 1966 el Banco Agropecuario movilizó 1 320 kilos de pulpa hacia Puerto Rico para elaborar tabletas denominado “Camu – Plus” que contenía 150 mg de vitamina C y en 1994 dos empresas japonesas importaron pulpa congelada. A partir de 1995 se empieza a exportar en volúmenes comerciales (Lazarte, op. cit.).

Varias empresas exportadoras hace algunos años comenzaron a poner su mirada en esta potencial fruta amazónica muy demandado en el mercado japonés dado sus cualidades, hoy en día donde el consumo va tomando relevancia, situación que motivó a la embajada de Perú en Tokio la creación de la “asociación Japonesa para la difusión del Camu Camu”, llegando a ejecutar como primera acción una campaña agresiva para dar a conocer las bondades de esta fruta en la salud a fin de contribuir a crear un mercado potencial en el Japón.

La primera exportación de pulpa de Camu-Camu se efectuó durante la campaña agrícola 1995-1996 equivalente a 30,82 TM dirigidas totalmente al mercado Japonés. Hasta hace algunos años atrás la demanda internacional de pulpa congelada oscilaba alrededor de 20 000 TM y la demanda sigue creciendo en Japón, EEUU y Europa (principalmente en Alemania).

En el cuadro 6 mostraremos los principales países compradores de camu camu desde 1997 hasta el 2006 sobresaliendo Japón con un total de compras de 5 481 870 dólares americanos representando un 86,4% del total de compras de camu camu realizadas en ese período⁴.

⁴ El año 2005 se considera un año referencial por la entrada de empresas competidoras a Ucayali. En el anexo 20 se muestran las exportaciones en el mencionado año de empresas exportadoras de la región. En el anexo 21 se muestran las exportaciones de productos derivados de camu camu.

En el 2007 se registró según la asociación de exportadores, ADEX, en cuanto a exportaciones de camu camu y derivados un monto equivalente a 4,98 millones de dólares como se observa en el gráfico 13, impulsado principalmente por la demanda del mercado japonés, el cual registró un crecimiento del 134,7% con respecto al total exportado en el año 2006.

Holanda concentró aproximadamente el 16% de las ventas en el 2007 y se está consolidando como un importante mercado al incrementar sus compras de 29 mil dólares en el año 2006 a 806 mil dólares en el 2007, esto principalmente se debe a la mayor demanda de productos naturales por parte de Holanda y a la certificación orgánica otorgada por una entidad de ese país que garantiza el producto libre de sustancias tóxicas para el ser humano.

Es muy importante resaltar que “SKAL INTERNATIONAL” está empezando a certificar como producto orgánico al camu camu en algunos terrenos y con ello se espera que mejoren los ingresos de los productores que han accedido a dicha certificación.

Cabe destacar que en el 2007, Perú Amazon Export S.A. se consolidó como la empresa líder en la exportación de camu camu peruano al concentrar el 31% de los envíos por ventas superiores a \$ 1,5 millones, le siguieron Selva Agroindustrial S.A., Empresa Agroindustrial del Perú S.A, Agroindustrias AIB S.A., Frutas de la Selva S.A.C., Selva Industrial S.A., Camu Camu del Perú S.A., Oro Verde Holding S.A.C., entre otras 26 compañías cuyas ventas fueron ventas menores a \$ 100 mil dólares.

Según importadores extranjeros de camu camu nacional la fruta es fácilmente comercializable sin presentar inconvenientes debido a su facilidad para ser transportada a mercados bastantes lejanos, previo cumplimiento en los requisitos para un óptimo almacenamiento.

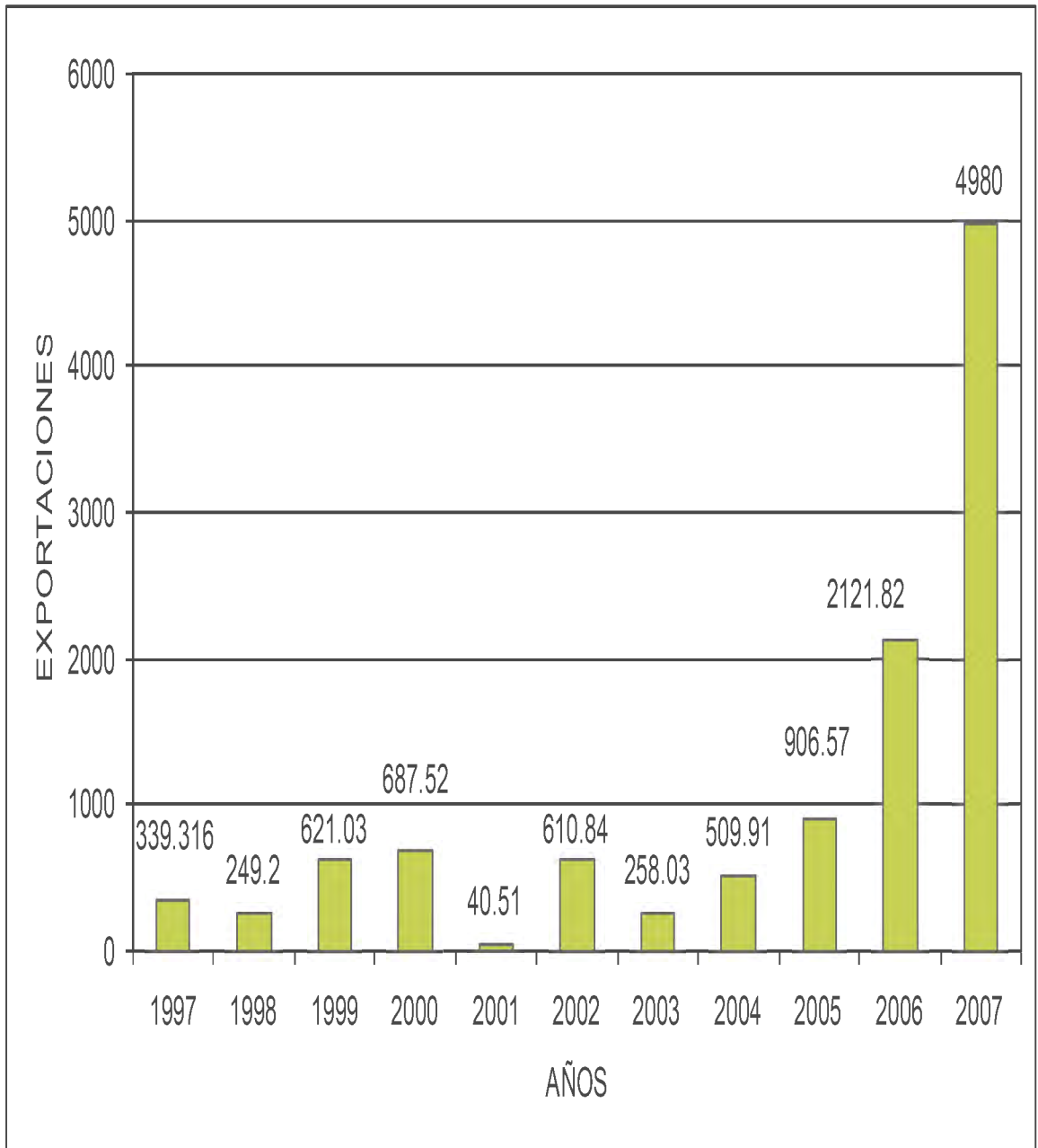
CUADRO N° 6 : PRINCIPALES PAÍSES COMPRADORES DE CAMU CAMU, PERIODO 1997 – 2006

(MILES DE DOLARES CORRIENTES)

| PAISES | 1997 | | 1998 | | 1999 | | 2000 | | 2001 | | 2002 | | 2003 | | 2004 | | 2005 | | 2006 | |
|------------|----------|------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % | Miles \$ | % |
| Japón | 337.17 | 99.4 | 239.55 | 96.12 | 602.35 | 96.99 | 679.92 | 98.89 | 28.52 | 70.38 | 593.53 | 97.16 | 203.38 | 78.82 | 363.12 | 71.21 | 738.5 | 81.46 | 1695.8 | 79.92 |
| EE.UU | 1.05 | 0.3 | 3.5 | 1.40 | 3.73 | 0.60 | 7.54 | 1.10 | 11.84 | 29.22 | 11.88 | 1.94 | 52.1 | 20.19 | 126.06 | 24.72 | 97.51 | 10.76 | 254.95 | 12.02 |
| Holanda | | | 0.22 | 0.09 | 0.02 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | | | 0.01 | 0.00 | | | 5.25 | 1.03 | 40.98 | 4.52 | 87.61 | 4.13 |
| Hong Kong | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 46.17 | 2.18 |
| Guatemala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 9.12 | 0.43 |
| Venezuela | | | | | | | | | | | | | | | | | 4.62 | 0.51 | 7.51 | 0.35 |
| Canadá | | | | | | | 0.01 | 0.00 | 0.01 | 0.02 | | | | | | | 2.61 | 0.29 | 7.48 | 0.35 |
| Inglaterra | | | | | 0.04 | 0.01 | | | | | 0.01 | 0.00 | | | | | 0.98 | 0.11 | 7.32 | 0.34 |
| Australia | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2.1 | 0.10 |
| Taiwán | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 1.6 | 0.08 |
| Otros | 0.94 | 0.3 | 5.94 | 2.38 | 14.91 | 2.40 | 0.05 | 0.01 | 0.15 | 0.37 | 5.42 | 0.89 | 2.55 | 0.99 | 15.48 | 3.04 | 21.37 | 2.36 | 2.13 | 0.10 |
| TOTAL | 339.16 | 100 | 249.21 | 100 | 621.05 | 100 | 687.53 | 100 | 40.52 | 100 | 610.85 | 100 | 258.03 | 100 | 509.91 | 100 | 906.57 | 100 | 2121.8 | 100 |

FUENTE: GOREAU 2007.

GRÁFICO N° 13: EXPORTACIONES DE CAMU CAMU PARA EL PERIODO 2000 - 2007



FUENTES. GOREAU, ADEX, MINAG, IAP
ELABORACIÓN: PROPIA

4.2.2 REGIONES INTERNAS DEMANDANTES

En una entrevista realizada, con el productor don Basilio Inocencio, menciona que el camu camu tiene poca presencia en los mercados nacionales para consumo, ya sea directa o como producto procesado y efectivamente lo demuestra el cuadro 7, debido a la falta de difusión de información, campañas agresivas de penetración de mercados nuevos. Sólo pequeñas cantidades llegan por ejemplo a Lima y al Cuzco. A esta última impulsado por los propios agricultores, puesto que los extranjeros que llegan a dicha ciudad turística están mas informados de los beneficios del camu camu que los propios turistas nacionales. El precio ofrecido en dicha ciudad fue de S/.10 por cada kilogramo en el 2008.

Hasta hace algunos años el problema era la falta de técnicas de conservación de la fruta fresca y las dificultades para transportar la carga a un costo económico a los mercados mas grandes de la sierra y costa del Perú, pero ese problema casi está superado.

La mayor demanda interna se hace presente sólo en los mercados locales de las zonas de producción. Según un estudio de mercado realizado en el 2001 mencionó que para Iquitos existe una demanda de 30 T.M/año y para Pucallpa de 15 T.M/año. Las cifras de hoy día (noviembre 2009) no han cambiado mucho.

Una forma de impulsar comercialmente el camu camu a nivel interno como externo es la organización de ferias y festivales. Todos los años se llevan a cabo los llamados festivales del camu camu, en la que el objetivo principal de este evento es difundir a todo nivel el conocimiento, uso de la fruta en mención y su valor agregado para impulsar la comercialización del producto; para ello se convocan una serie de reuniones, acordándose efectuarlos en el mes de Julio, en las instalaciones del campo ferial de Yarinacocha, con la participación de empresas privadas, gobierno regional de Ucayali, INIA, IIAP, SENASA y representantes de la DGPA de Lima, Pro Amazonía y de la dirección regional de agricultura de Loreto. En estos tipos de eventos se utilizan un promedio de 20 stands para la exposición y venta de productos de camu camu, los cuales son ocupados por los productores quienes venden el kg. de fruta y de pulpa a 3,00 y 8,00 nuevos soles respectivamente.

Año a año se hace mención a los mejores productores de camu camu como el Sr. Basilio Inocente (Caserío: Bellavista), Pablo Villegas (Caserío: 7 de Junio), y Alfonso Rodas (Caserío Aguaytía).

En el Perú con respecto a la demanda interna la situación casi no ha cambiado desde hace años en que comenzaron los envíos al exterior, es decir mientras que en el extranjero la difusión, imagen, posicionamiento del camu camu y crecimiento de envíos de fruta de camu camu iban creciendo, en el ámbito interno las cosas permanecían casi invariables. La demanda fuera de Iquitos y Pucallpa está asociada con la mencionada falta de conocimiento del producto. Las regiones a nivel nacional que demandan dicho fruto en mayor o menor grado son: Loreto, Ucayali, Cuzco y Lima.

a. DEMANDA DE CAMU CAMU EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI

La demanda de camu camu en Ucayali el año pasado estuvo compuesta por la demanda de las empresas exportadoras que operan en la zona y la demanda local. Observamos en el cuadro 7 que el total para el primer caso asciende aproximadamente a 5 000 toneladas de fruta fresca por año. Estas empresas demandan el fruto con ciertos requerimientos que tienen que cumplirse, como por ejemplo si la fruta será comercializada hacia EE.UU las cantidades mínimas de ácido ascórbico será mínimo de 1 800 mg/100g de pulpa, mientras que si va para Japón las cantidades requeridas serán mayores a 2 300 mg/100 g de pulpa.

Como vemos según las cifras mostradas en el cuadro anterior existe una gran brecha de demanda por cubrir, sin embargo no toda la producción sale para el exterior, pues según entrevistas con el Ing. Carlos Oliva jefe del departamento de camu camu del IIAP, mencionó que aproximadamente del total de producción en el departamento se exporta el 94%, mientras que el 2% es comercializada en los mercados locales y en ciertos supermercados (estratos A y B) que son vendidos en la ciudad de Lima, el restante 4% de la producción estará destinado a los comedores populares focalizados en el estudio. (ver gráfico 23).

**CUADRO N° 7 DEMANDA AGROINDUSTRIAL Y DEMANDA PARA
CONSUMO DOMÉSTICO DE CAMU CAMU EN EL PERÚ, 2007**

| DEMANDANTES | TONELADAS / Fruta Fresca / Año |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <i>AGROINDUSTRIAS</i> | |
| Amazon Herb | 600 |
| Peruvian Heritage | 1 200 |
| Agroindustrial del Perú | 2 000 |
| Selva Industrial del Perú | 200 |
| Agrícola San Juan del Oriente | 1 000 |
| TOTAL DEMANDA AGROINDUSTRIAL | 5 000 |
| <i>PARA CONSUMO FRUTA FRESCA</i> | |
| Consumo Familias | 6 |
| Agrícola Italia | 35 |
| TOTAL CONSUMO FRUTA FRESCA | 41 |
| TOTAL DEMANDA ANUAL | 5 041 |

FUENTE: IIAP, 2007

a.1 USOS ARTESANALES Y TIPOS DE PRODUCTOS ELABORADOS

En el esquema 1 se muestra las diversas formas que se puede dar uso a las diversas partes de la planta del camu camu todas ellas actualmente comercializadas en el mercado interno y que son causa de su demanda, es decir en Loreto y en Ucayali.

El uso local del fruto en su mayoría está principalmente dirigido a la elaboración de refrescos para el hogar, y helados para venta o consumo doméstico normalmente para el consumo en el mismo día. Se recuerda que la acidéz del camu camu debe ser disminuída con agua ó también combinado con otras frutas en el caso de refrescos o alguna otra bebida, pues no se recomienda el consumo directo.

ESQUEMA 1: USOS ARTESANALES DEL CAMU CAMU

| PARTES DE LA PLANTA | FORMA DE USO |
|----------------------------|----------------------------------|
| Fruto | Sustituto del limón |
| | Carnada para pescar |
| | Licor |
| | Medicina |
| | Refresco |
| | Helado |
| | Cremolada |
| | Caramelo |
| | Tintórea |
| Corteza | Licor y cocimiento medicinal |
| | Tintórea |
| Hojas | Medicina |
| Raíces | Licor y cocimiento medicinal |
| Madera | Leña y construcciones turísticas |

FUENTE: IIAP MARZO 2000

En cuanto a la cáscara del camu camu este posee un tinte natural excelente para teñidos en la industria del vestir, también se usa para dar mas color a la pulpa (rojizo fuerte) para presentaciones mas vistosas. La cáscara también puede ser secado al natural y usarse como zumos o infusiones⁵, dicha bebida contiene mayores cantidades de vitamina C que cualquier otra que existe en el mercado.

Los tipos de productos que se han obtenido en base a camu camu son:
Pulpa congelada de camu camu para bebidas; en polvo (para usos farmacológicos), mermeladas, helados, yogurts, néctar, vinagre, pastillas, shampoo, licores, caramelos por mencionar algunos. Dichos productos, elaborados por instituciones privadas satisfacen demandas ya sea para muestras o para su comercialización por empresas nacionales o extranjeras y que ofrecen las garantías de calidad para su consumo como: IIAP, San Juan, entre algunos.

⁵ En el punto 4.4 referido a rentabilidad en el cuadro 31 se propone como ingresos adicionales la venta de infusiones o filtrantes obtenidos de la cáscara de camu camu a un valor de 60 céntimos la bolsita de 100gr

En el anexo 32 se podrá observar las fotos tomadas de los diversos productos elaborados a partir de camu camu.

a.2 PROYECCIONES PARA LOS PRODUCTOS DERIVADOS

Según un estudio de mercado elaborado por el IIAP, el mercado que demuestra más potencial para el consumo de la pulpa de camu camu es el de jugos de frutas y néctares. En el corto plazo (1 año) y mediano plazo (2 a 5 años) los mercados de helados, caramelos y cosméticos serán los mercados que mayores demandas tendrían, mientras que para el mercado de gaseosas se ha concluído que tiene poco potencial para el camu camu en el Perú. En cuanto al consumo de gaseosas en el Perú con la inclusión de camu camu hay mínimas posibilidades de tener éxito con colas de fruta, debido a la preferencia por las colas negras, desplazando a otras marcas como Kola Inglesa.

El mercado de néctares y jugos en el Perú es de 22 millones de litros al año, con un potencial de crecimiento de 15 a 20% en el mediano plazo y la identificación por algunos expertos en marketing como una categoría muy dinámica. El segmento es potencialmente creciente, pero su tamaño es muy pequeño comparado al mercado internacional, donde la compra de jugos y néctares envasados es por lo menos de 20 veces mas por persona, esa razón ayuda a que la demanda de camu camu sea grande en los países compradores de camu camu.

b. DEMANDA DE CAMU CAMU EN EL DEPARTAMENTO DE LIMA

El gobierno regional de Ucayali realizó un estudio de mercado en la ciudad de Lima bajo la supervisión de la gerencia regional de desarrollo económico y con la financiación de INCAGRO. En la ciudad de lima se llevó a cabo una encuesta en 9 supermercados de la ciudad de Lima, llegando a encuestar a un total de 700 personas y considerando el nivel socioeconómico de cada encuestado, desde el supermercado “Clase A” como es Vivamba, hasta el Super mercado “Clase Baja” Eco.

Se llegaron a encuestar a 700 personas en los diferentes supermercados y en el mismo día, de donde se obtuvo que el desconocimiento de camu camu supera el 80%, siendo mayor el desconocimiento en el supermercado “Eco” con el 98,3% como lo muestra el cuadro 8.

CUADRO N° 8: COMPORTAMIENTO PORCENTUAL RELACIONADO AL CONOCIMIENTO DEL CAMU CAMU EN LIMA

| SUPERMERCADO | ¿Conoce el camu camu? | | TOTAL |
|---------------------|-----------------------|------|-------|
| | SI | NO | |
| | % | % | |
| Wong (San Isidro) | 12,5 | 87,5 | 100 |
| Metro (La Molina) | 20 | 80 | 100 |
| Vivanda | 17,5 | 82,5 | 100 |
| Wong (San Borja) | 6,2 | 93,8 | 100 |
| Metro (S.J.L) | 7,5 | 92,5 | 100 |
| Plaza Vea (Vitarte) | 11,3 | 88,8 | 100 |
| Tottus (Surco) | 15 | 85 | 100 |
| Eco | 1,7 | 98,3 | 100 |
| Plaza Vea | 5 | 95 | 100 |

FUENTE: GOREU, 2007

En el cuadro 9 se detalla el modo de consumo para las personas que consumen el camu camu en la ciudad de Lima

CUADRO N° 9: COMPORTAMIENTO PORCENTUAL DEL MODO DE CONSUMO DE CAMU CAMU EN LIMA

| LUGAR | MODO DE CONSUMO DE CAMU CAMU | | | | | | |
|---------------------|------------------------------|----------|--------|----------|-----------|--------|-------|
| | FRUTA | REFRESCO | NÉCTAR | EXTRACTO | MERMELADA | YOGURT | TOTAL |
| | % | % | % | % | % | % | % |
| Wong (San Isidro) | | 70 | | 20 | | 10 | 100 |
| Metro (La Molina) | | 53,5 | | 26,8 | 6,7 | 13 | 100 |
| Vivanda | | 57,5 | 21 | 71 | 14,4 | | 100 |
| Wong (San Borja) | | 80 | | | 20 | | 100 |
| Metro (S.J.L) | | 50,4 | 33,3 | | 16,3 | | 100 |
| Plaza Vea (Vitarte) | 11 | 66 | 11,1 | 11,9 | | | 100 |
| Tottus (Surco) | 16,5 | 50,4 | 8,3 | | 16,5 | 8,3 | 100 |
| Eco | | 100 | | | | | 100 |
| Plaza Vea | | 50 | | | 50 | | 100 |

FUENTE: GOREU, 2007

c. EVALUACIÓN DE ACEPTACIÓN DE LA DEMANDA DE CAMU CAMU EN COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO

Para analizar si existe demanda por el producto camu camu primero se recurrió a una prueba piloto donde se afinaron detalles para elaborar el cuestionario final de la segunda encuesta (la primera encuesta se realizó para determinar la aceptación del producto camu camu en su forma de refresco) para luego proceder a su ejecución. Posteriormente se evaluaron los resultados obteniéndose una conclusión final.

c.1 PRUEBA PILOTO

Se citaron las mismas 10 personas de la primera encuesta realizada anteriormente y se puso a debate el cuestionario elaborado inicial, sometiéndose a una serie de preguntas y obteniendo información confiable para la elaboración del cuestionario final observado en el anexo 5.

En la primera pregunta: si las personas usan cítricos en la preparación de sus alimentos, se descartó la alternativa “nunca”, el cual estaría representado por la escala “0” en la primera pregunta del cuestionario. La interpretación de dichas escalas (del 1 al 5) de la primera pregunta quedarían de la siguiente manera: Escala 1 (muy poco); escala 2 (poco); escala 3 (regular); escala 4 (frecuentemente); escala 5 (siempre).

La segunda pregunta está relacionada a hábitos de consumo de cítricos, optándose en la respectiva pregunta por alternativas abiertas obteniendo dicha recomendación por los miembros del focus group en la prueba piloto realizada, con el propósito que el encuestado responda con la mas amplia libertad posible ajustándose a la veracidad de sus respuestas, así también cabe resaltar que se eliminó la alternativa “veces por día” por inducir a confusión entre los encuestados.

La tercera pregunta del anexo 5 está relacionado al uso o consumo del bien sustituto del camu camu. Se añadió el término “misma estacionalidad” para indicar que los precios de dichos bienes sustitutos estén en relación a sus épocas de producción, por ejemplo en

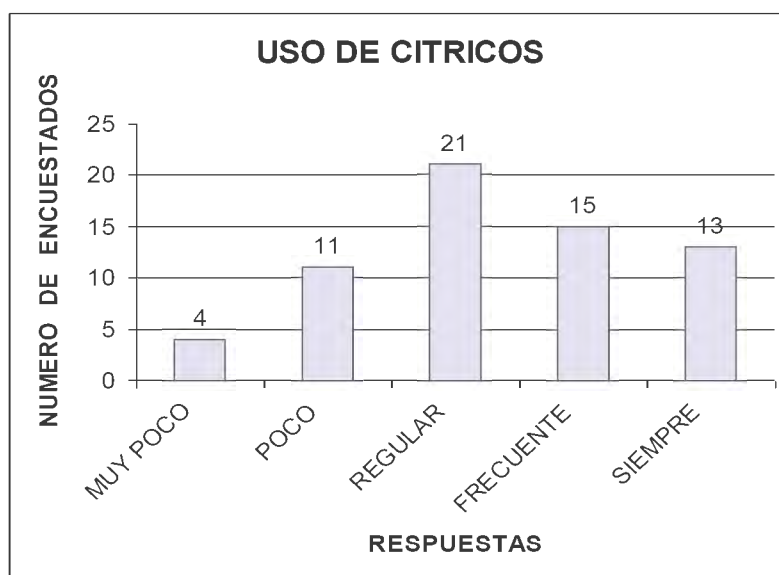
los meses de septiembre a octubre del 2008 el precio del kilogramo de maracuyá bajó hasta 0,80 céntimos, optando gran cantidad de amas de casa por este producto para convertirlo en refresco. En diciembre del mismo año su precio varió desde s/. 1.40 hasta s/. 1,80, mientras que la naranja su precio paso a 1,00 sol por kilogramo en dicho mes.

Las posteriores preguntas están relacionadas netamente a si existe deseos y necesidades plasmados en una demanda por el producto camu camu, para acabar finalmente con la pregunta que involucra precios dispuestos a pagar por los consumidores de los comedores populares.

c.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA PARA ANALIZAR LA DEMANDA.

PREGUNTA 1.- De los encuestados, 4 mencionaron que usan muy pocos cítricos (Escala 1); 11 respondieron que usan pocos cítricos (escala 2); 21 respondieron que usan cítricos regularmente (escala 3); 15 respondieron que usan cítricos frecuentemente (escala 4); 5 encuestados respondieron que siempre usan cítricos (escala 5) y 2 no respondieron.

GRÁFICO 14: MAGNITUD DE USO DE CÍTRICOS EN LA ENCUESTA



ELABORACIÓN PROPIA

PREGUNTA 2.- De los encuestados 5 mencionaron que aproximadamente consumen cítricos en sus bebidas sólo una vez a la semana; 12 respondieron que consumen por lo menos dos veces por semana; 24 encuestados mencionan que consumen 3 veces por semana aproximadamente; 15 de los encuestados mencionaron que aproximadamente consumen 4 veces a la semana; 8 encuestados mencionaron que consumen a diario dichos productos; finalmente sólo 2 optaron por la alternativa c respondiendo que consumen cítricos raramente.

PREGUNTA 3 .- Ante la pregunta que cítrico usarían mas en la preparación de sus bebidas suponiendo misma estacionalidad (época de producción) 11 encuestados respondieron que mas usarían el limón en la preparación de sus bebidas; 23 respondieron a favor de la naranja; 29 mencionaron que preferirían la maracuyá constituyéndose en la mayoría con respecto a las demás alternativas con un 43,94% del total; 2 mencionaron que usarían la mandarina, mientras que 1 optó por la toronja.

PREGUNTA 4 .- En cuanto al nivel de importancia de la inclusión del camu camu en la dieta diaria de los comedores populares evaluados, solo uno mencionó que no importaba mucho mientras la comida sea nutritiva; 4 se mostraron indiferentes; 3 mencionaron que era poco importante; 36 mencionaron que les parecía importante; 22 de los encuestados les parecía muy importante, por tanto el producto fue considerado de importante a mas por el 83,3% del total de los encuestados.

PREGUNTA 5.- En la pregunta, si estarían dispuestos a consumir camu camu en forma de refresco en su comedor popular, 59 informaron que si estaban dispuestos, es decir el 89,39% del total. Sólo 4 demostraron su indiferencia, mientras que 3 dieron a conocer su negativa.

PREGUNTA 6.- En cuanto a la frecuencia de consumo del camu camu 2 encuestados respondieron ser indiferentes; 5 encuestados respondieron que preferían consumirlo 1 vez a la semana; 9 encuestados mencionaron que estarían de acuerdo en consumirlo al menos 2 veces por semana; 16 de los encuestados informaron que estaban dispuestos a consumir el

producto 3 veces por semana; 34 de los encuestados mostraron sus preferencias por consumirlo diariamente el producto, representando el 51.5% del total de encuestados.

PREGUNTA 7.- Con respecto a esta última pregunta (montos alternativos dispuestos a pagar sobre el precio del menú) las cantidades monetarias escogidas en las alternativas de la encuesta fueron acordados en la prueba piloto efectuada antes de su realización. De los encuestados 8 mencionaron que no tienen posibilidad de pagar algo adicional al precio del menú por la inclusión del mencionado producto; 17 encuestados mencionaron que estaban dispuestos a pagar 0,20 céntimos más. De los encuestados 16 estarían dispuestos a pagar 0,50 céntimos adicionales; 19 de los encuestados mencionaron que estaban dispuestos hacer un esfuerzo y añadir 0,80 céntimos al valor del menú, finalmente sólo 6 de los encuestados mencionaron que pueden ofrecer 1 nuevo sol adicional al precio del menú.

En conclusión el 87,87% de los encuestados estuvieron dispuestos a pagar un adicional por la inclusión del producto camu camu al menú del comedor popular.

De la pregunta 7 se quiso obtener un indicador acerca de un costo único aproximado que los comensales estarían dispuestos a pagar por la inclusión del camu camu en el menú diario. Dicho precio será un factor importante para calcular la rentabilidad del comedor y demostrar la hipótesis 4.

$$\begin{array}{l} \text{COSTO ADICIONAL} \\ \text{DISPUESTO A PAGAR,} \\ \text{POR LA INCLUSIÓN DEL} \\ \text{CAMU CAMU EN} \\ \text{COMEDOR POPULAR} \end{array} = \frac{17 \times 0,2 + 16 \times 0,50 + 19 \times 0,8 + 6 \times 1}{17 + 16 + 19 + 6} = 0,6 \text{ céntimos}$$

4.2.3 ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA

a. REQUERIMIENTOS EN COMEDOR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ

En el comedor Madres Unidas por el Perú se ha identificado una población de 120 comensales aproximadamente que asisten diariamente, la cual se necesitará una determinada cantidad de camu camu para satisfacer dicha demanda.

De la última encuesta se decidió considerar un envío de materia prima (camu camu en fruto) para el consumo de todos los días en los comedores evaluados, dicha decisión fue tomada en base a las respuestas de la pregunta 6 en la que el 51,5% del total de los encuestados optarían por consumir el producto todos los días.

Considerando que 5 vasos de refresco representa 1 litro y que cada comensal consume un vaso, diariamente se tendría 120 vasos, es decir 24 litros de refresco. Dado que por cada kilo de pulpa de camu camu se obtiene 5 litros de refresco, en este caso se requiere diariamente 4,8 kilos de pulpa. Por último como hay una relación de 2 a 1 entre el fruto y pulpa de camu camu el requerimiento diario de fruto sería de 9,6 kilogramos, es decir aproximadamente 10 kilos de fruto. Para más detalle se podrá observar en el gráfico 19 cuanto de refresco proporciona un kilo de pulpa del presente fruto.

El cuadro 10 muestra las cantidades de fruto de camu camu que se procesarán, por ejemplo para el primer mes 260 kilogramos para el segundo mes 250 kilogramos y así sucesivamente. Cabe señalar que se ha considerado de lunes a sábado como días laborables.

**CUADRO 10: REQUERIMIENTOS DE FRUTO DE CAMU CAMU POR EL
COMEDOR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ, 2008**

| MESES | NÚMERO DE DÍAS | FRUTO POR MES (Kg) | Kg DE PULPA DE CAMU CAMU |
|--------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| ENERO | 26 | 260 | 130 |
| FEBRERO | 25 | 250 | 125 |
| MARZO | 24 | 240 | 120 |
| ABRIL | 26 | 260 | 130 |
| MAYO | 26 | 260 | 130 |
| JUNIO | 25 | 250 | 125 |
| JULIO | 25 | 250 | 125 |
| AGOSTO | 25 | 250 | 125 |
| SETIEMBRE | 26 | 260 | 130 |
| OCTUBRE | 26 | 260 | 130 |
| NOVIEMBRE | 24 | 240 | 120 |
| DICIEMBRE | 25 | 250 | 125 |
| TOTAL | 303 | 3030 | 1515 |

FUENTE: PROPIA
ELABORACIÓN PROPIA

Según el cuadro 10 anualmente se necesitará 3 030 Kg de camu camu del tipo arbustivo en el comedor popular mencionado anteriormente.

b. REQUERIMIENTOS EN COMEDOR MARÍA DE JESÚS

En el comedor María de Jesús se sirven 140 menús diarios aproximadamente. La mayor cantidad de menús se debe a que dicho comedor posee mas tiempo de labor social, esto hará que diario se procese 12 Kg de fruto diario como se aplica en el cuadro 11.

**CUADRO 11: REQUERIMIENTOS DE FRUTO DE CAMU CAMU POR EL
COMEDOR MARÍA DE JESÚS, 2008**

| MESES | NÚMERO DE DIAS | FRUTO POR MES (Kg) | Kg DE PULPA DE CAMU CAMU |
|--------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| ENERO | 26 | 312 | 156 |
| FEBRERO | 25 | 300 | 150 |
| MARZO | 24 | 288 | 144 |
| ABRIL | 26 | 312 | 156 |
| MAYO | 26 | 312 | 156 |
| JUNIO | 25 | 300 | 150 |
| JULIO | 25 | 300 | 150 |
| AGOSTO | 25 | 300 | 150 |
| SETIEMBRE | 26 | 312 | 156 |
| OCTUBRE | 26 | 312 | 156 |
| NOVIEMBRE | 24 | 288 | 144 |
| DICIEMBRE | 25 | 300 | 150 |
| TOTAL | 303 | 3 636 | 1 818 |

FUENTE PROPIA
ELABORACIÓN PROPIA

Según el cuadro 11 anualmente se necesitará 3 636 Kg de camu camu para cubrir los requerimientos de demanda de camu camu de los comensales del referido comedor.

c. REQUERIMIENTOS DE CAMU CAMU EN AMBOS COMEDORES POPULARES

En total sumando los requerimientos de materia prima (fruto de camu camu) por parte de ambos comedores populares se necesitaría un envío anual de 6 666 kilos para cubrir la demanda estimada.

CUADRO 12: REQUERIMIENTOS TOTALES ANUALES DE FRUTO DE CAMU CAMU EN LOS COMEDORES BAJO ESTUDIO

| COMEDOR | CANTIDAD FRUTO DEMANDA (Kg) |
|---------------------------|------------------------------------|
| MADRES UNIDAS POR EL PERÚ | 3 030 |
| MARÍA DE JESÚS | 3 636 |
| TOTAL | 6 666 |

FUENTE: PROPIA

Como se visualiza en el cuadro 12, entre los dos comedores la demanda requerida anual es de 6 666 Kg, de camu camu, dicha cantidad será abastecida por los productores de ADIPROCA Y del distrito de Yarinacocha, departamento de Ucayali.

En cuadro 13 nos muestra la producción total de la asociación distrital de productores de camu camu (ADIPROCA Y), la cual asciende a casi 163 toneladas anuales aproximadamente de dos campañas en un año y que casi no registra variación en los últimos 2 años (2008 y 2009).

CUADRO 13: PRODUCCIÓN DE CAMU CAMU DE ADIPROCAY, 2007

| CASERÍO | HA. EN PRODUCCIÓN | PRODUCCIÓN POR CAMPAÑA TM |
|-----------------------------|-------------------|---------------------------|
| 11 DE AGOSTO | 12,00 | 39,00 |
| SANTA ROSA | 1,00 | 3,00 |
| NUEVA LUZ DE FÁTIMA | 3,00 | 9,00 |
| BELLAVISTA | 12,50 | 37,50 |
| PADRE BERNARDO | 6,75 | 20,25 |
| NUEVA ESPERANZA DE PANAILLO | 2,75 | 8,25 |
| 7 DE JUNIO | 7,00 | 21,00 |
| SAN JUAN | 8,25 | 24,75 |

FUENTE. IIAP- UCAYALI, 2007

Para abastecer la demanda total de los comedores mencionados se necesitará solo el 4,1% de la producción total de ADIPROCAY, siendo viable dicho envío en base a las conversaciones sostenidas con el directorio de la mencionada asociación.

4.3 OFERTA NACIONAL

En la Amazonía existe un potencial de 281 094 ha de restinga aptas para instalar plantaciones de camu camu (DGPA, 2000).

La oferta comercializable nacional (3 785 T.M) viene básicamente de los rodales naturales de camu camu arbustivo y en segundo lugar de las plantaciones artificiales tanto de Loreto como de Ucayali (1 210 T.M). Estas cifras se pueden corroborar en el cuadro 14.

En la actividad extractiva del camu camu participan unas 3 000 familias rurales en la Amazonía Peruana, incluyendo los extractores, comerciantes y personas que dan

servicio de congelamiento y transporte. Aquí están presentes familias indígenas como Witotos, Ocaynas, Yaguas y Quechuas.

La oferta regional de fruta de camu camu en Ucayali tiene mayores expectativas de incrementarse, por el interés de los productores de reactivar y mantener sus parcelas que estuvieron anteriormente abandonadas. Actualmente (Octubre 2009) están ampliando y mejorando sus áreas de siembras con la adquisición de plantas francas o injertadas⁶ mejoradas, así como participando en adquirir conocimientos acerca del procesamiento del fruto con el fin de otorgarle valor agregado al producto. Con este propósito, han formado una cadena productiva de camu camu para incorporarse al sistema productivo de la región, sin embargo la gran mayoría todavía no han adoptado las técnicas de manejo que le permitan incrementar sus niveles de productividad. Se han encontrado rodales naturales que no son comercializados en el mercado, perdiéndose dicha producción en los ríos y lagunas.

CUADRO N° 14 NÚMERO DE HECTÁREAS Y PRODUCCIÓN EN PLANTACIONES Y RODALES EN LAS REGIONES DE UCAYALI Y LORETO, 2007

| REGIONES | GRUPOS | HAS EN PRODUCCION | HAS EN PRODUCCION (%) | TONELAJE DE FRUTA | TONELAJE DE FRUTA (%) |
|----------------|----------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|
| UCAYALI | SECTORES (17) | 151,4 | 8,38% | 714,4 | 18,87% |
| | EMPRESAS (5) | 105 | 5,81% | 495,6 | 13,09% |
| | TOTAL UCAYALI | 256,4 | 14,19% | 1 210 | 31,97% |
| | SECTORES | 62 | 3,43% | 124 | 3,28% |
| LORETO | ECOMUSA | 317 | 17,55% | 634 | 16,75% |
| | CEDECAM | 121 | 6,70% | 242 | 6,39% |
| | RODALES | 1 050 | 58,13% | 1 575 | 41,61% |
| | TOTAL LORETO | 1 550 | 85,81% | 2 575 | 68,03% |
| | TOTAL | 1 806,4 | 100,00% | 3 785 | 100,00% |

FUENTE: OLIVA, 2007

ELABORACIÓN PROPIA

⁶ Las formas de propagación en Ucayali de camu camu arbustivo encontradas fueron: por planta franca, por injerto y por estaca. El tiempo para iniciar la producción fueron: 3 - 4 años; 2 - 3 años; 1 - 2 años respectivamente. Los rodales naturales de camu camu arbustivo solo se encuentran en la región de Loreto

En el cuadro 14 podemos observar que en el departamento de Loreto existen la mayor cantidad de hectáreas sembradas (85,81%) en comparación con el departamento de Ucayali (14,19%), sin embargo si comparamos las producciones de fruta logradas en ambos departamentos, es decir el tonelaje de fruta la diferencia se hace menor, es decir 68,03% de Loreto contra 31,97% de Ucayali, concluyendo que posee mayor productividad este último departamento.

Para nuestro estudio nos focalizaremos en la región Ucayali, puesto que ahí se encuentra el distrito de Yarinacocha, lugar de actividad de la asociación de productores de camu camu de Yarinacocha “ADIPROCA Y”. En los cuadros posteriores que mostraremos, veremos con cuanto de oferta potencial contamos para el presente estudio.

4.3.1 PLANTACIONES DE CAMU CAMU EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI

En la Región Ucayali existe mas de 100 mil hectáreas aptas para el cultivo de camu camu, la cual se proyecta a ser utilizada en los años próximos debido a la gran demanda del mercado internacional.

En Ucayali, de acuerdo al estudio realizado se han encontrado 256 hectáreas en producción (como lo muestran los cuadros 14 y 15), además de 22 hectáreas en la etapa inicial de cultivo, de las cuales 151 hectáreas están distribuidos en 17 sectores pertenecientes a Coronel Portillo y Padre Abad, además de 105 hectáreas distribuidos en 5 empresas agroindustriales de la región como San Juan del Oriente, Rita Riva, Oro Verde y Agroindustrial del Perú. Lo mencionado anteriormente se puede observar en el cuadro 14. Las hectáreas sembradas de camu camu en el departamento de Ucayali se presenta en cuadro 15.

**CUADRO N° 15 : HECTÁREAS SEMBRADAS DE CAMU CAMU EN EL
DEPARTAMENTO DE UCAYALI 2005 - 2007**

| Año | Plantaciones (en Ha) | |
|------|----------------------|---------------|
| | Existentes | En Producción |
| 2005 | 544 | 193 |
| 2006 | 547 | 227 |
| 2007 | 551 | 256,4 |

FUENTE: TRIVEÑO G. (2006)

FUENTE: LOPEZ A. (2006)

FUENTE: OLIVA C. (2008)

Como se aprecia en el cuadro 15, el crecimiento desde el 2005 de las áreas sembradas de camu camu no han sido muy significativas, sin embargo observamos un crecimiento mayor en las hectáreas que han entrado en producción, es decir ya alcanzaron la madures necesaria para observar los primeros frutos.

Cabe recordar que las proporciones en los aumentos tanto de hectáreas existentes año a año como las que entraron en producción no necesariamente deben de coincidir por cuestiones agronómicas.

4.3.2 PRODUCCIÓN DE FRUTA FRESCA DE CAMU CAMU EN UCAYALI

Las investigaciones realizadas mencionan una producción para la región de Ucayali equivalente a 1 210 T.M aproximadamente, divididos en 714,1 T.M para los 17 sectores encontrados y 495,6 T.M para las 5 empresas agroindustriales en las cuales son las que mas invierten en productividad por hectareaje (como se observa en el cuadro 14), cabe mencionar que entre sus planes inmediatos está el aumento de tierras (compra de terrenos) con el fin de iniciarlas en la producción de camu camu.

Del cuadro 14 se obtendrá las productividades tanto para los sectores como para las empresas de la región Ucayali, las cuales al dividir tonelaje entre número de hectáreas resulta 4,7186 T.M / Ha y 4,72 T.M / Ha respectivamente.

4.3.3 HECTÁREAS SEMBRADAS EN EL DISTRITO DE YARINACOCHA

Se observa en el cuadro 16 que en el distrito de Yarinacocha se tiene 210,68 Ha sembradas de camu camu, los que significa que si se encontraran en producción normal todas esas hectáreas mencionadas se tendría una oferta disponible de 2 528,16 T.M. (considerando 12 TM por hectárea como potencial, según Campos L. 2006).

Cabe recordar que no todos los caseríos del distrito de Yarinacocha forman parte de la asociación distrital de productores de camu camu (ADIPROCA Y).

En el referido distrito existe una gran variabilidad de rendimientos del fruto (debido a la variabilidad en el tipo de semilla en plantación). En el trabajo de campo realizado se entrevistó con los productores mas eficientes de ADIPROCA Y, estableciéndose contactos para los posibles primeros envíos a Lima (S.J.L)

**CUADRO 16: HECTÁREAS SEMBRADAS EN EL DISTRITO DE
YARINACOCHA, 2006**

| SECTOR | COMUNIDAD | HAS. SEMBRADA |
|---------------------|---------------------|--------------------------|
| SOLEDAD | PRIMAVERA | 10 |
| | DOS DE MAYO | 2 |
| | PARCELACIÓN UNIÓN | 2 |
| | NVA. MAGDALENA | 5,43 |
| | SHIRAMBARI | 2,29 |
| | LA FLORIDA | 3,5 |
| | SANTA ISABEL | 0,95 |
| | KM. 6 RADAR | 1 |
| | KM. 13 | 10 |
| | KM. 12.4 | 1 |
| BELLAVISTA | PUEBLO LIBRE | 5,62 |
| | BELLAVISTA | 12,46 |
| | LEONCIO PRADO | 13,41 |
| | MARISCAL SUCRE | 5,22 |
| | CENTRO AMÉRICA | 3 |
| | LAS BRISAS | 5,27 |
| | 11 DE AGOSTO | 14,08 |
| | NUEVA LUZ DE FÁTIMA | 3,09 |
| SANTA ROSA | 7 DE JUNIO | 11,06 |
| | SAN JUAN | 16,36 |
| | CASHIBOCOCHA | 2,16 |
| | SAN PABLO DE TUSHMO | 4,38 |
| | SANTA ROSA | 8,86 |
| | CC.NN SAN FRANCISCO | 1 |
| | PANAILLO | NVA. ALEJANDRÍA |
| ESPERANZA DE PANAL | | 19,71 |
| PADRE BERNARDO | | 16,36 |
| SR. DE LOS MILAGROS | | 4,7 |
| Nvo. PARÍS | | 8,99 |
| ALFONSO UGARTE | | 0,05 |
| CC.NN SANTA CLARA | | 1,5 |
| TOTAL | | 210,68 |

FUENTE. IIAP- UCAYALI, 2006

4.3.4 PRODUCCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE PRODUCTORES DE YARINACOCHA (ADIPROCAY)

El cuadro 17 nos muestra las hectáreas en producción (53,25 Ha) y el tonelaje por campaña (162,75 T.M), así como también se puede observar la disparidad de la productividad por ha. alcanzando un rendimiento de 3,06 / ha. cifra que se obtiene al dividir el total de la producción por campaña entre el total de Ha en producción.

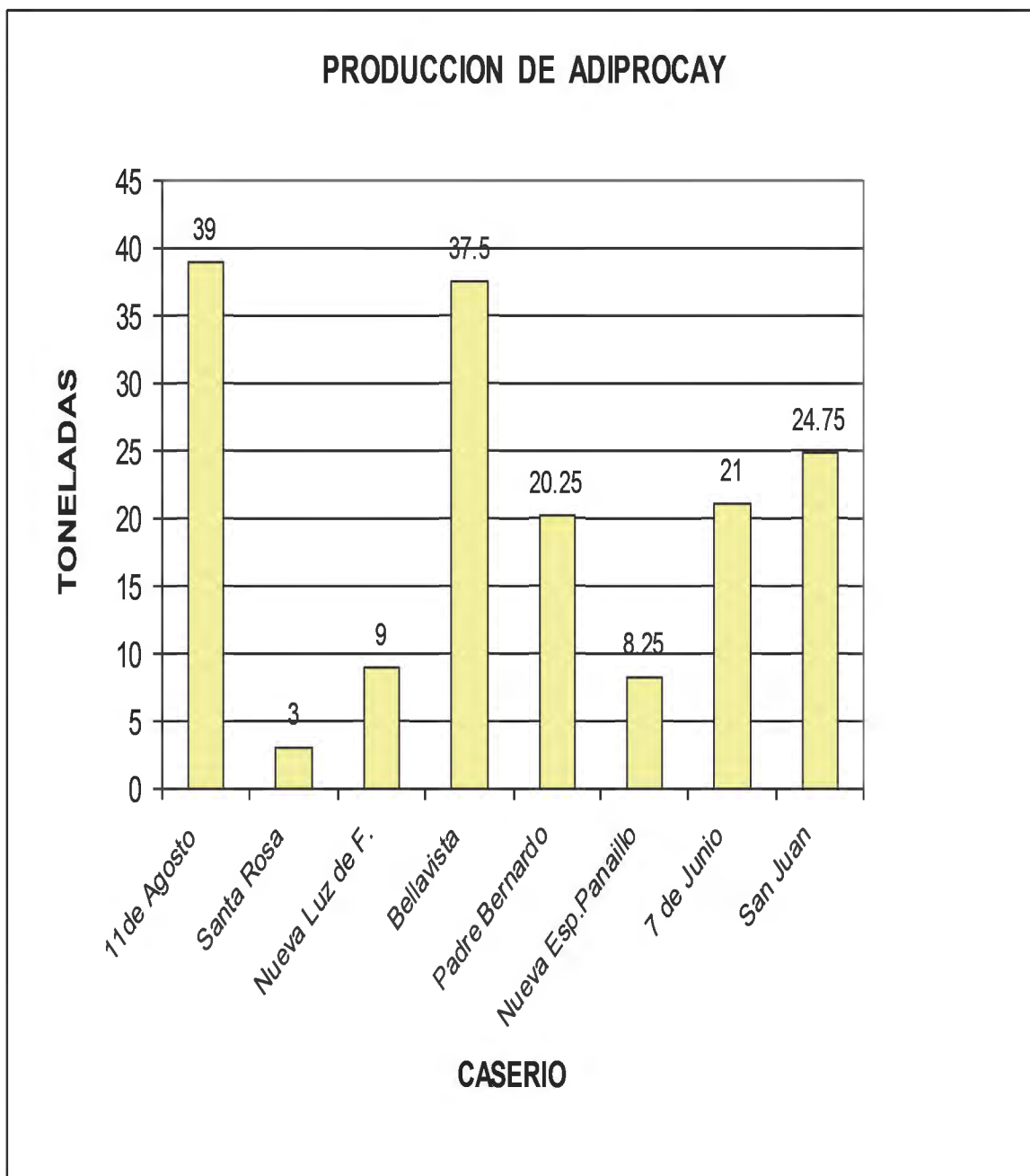
CUADRO N° 17: PRODUCCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE PRODUCTORES DE YARINACOCHA – ADIPROCAY, 2007

| N° | CASERÍO | HA. EN PRODUCCIÓN | PRODUCCIÓN POR CAMPAÑA TM |
|----|-----------------------------|-------------------|---------------------------|
| 1 | 11 DE AGOSTO | 12,00 | 39,00 |
| 2 | SANTA ROSA | 1,00 | 3,00 |
| 3 | NUEVA LUZ DE FÁTIMA | 3,00 | 9,00 |
| 4 | BELLAVISTA | 12,50 | 37,50 |
| 5 | PADRE BERNARDO | 6,75 | 20,25 |
| 6 | NUEVA ESPERANZA DE PANAILLO | 2,75 | 8,25 |
| 7 | 7 DE JUNIO | 7,00 | 21,00 |
| 8 | SAN JUAN | 8,25 | 24,75 |
| | TOTAL | 53,25 | 162,75 |

FUENTE. IIAP- UCAYALI, 2007

ELABORACIÓN. PROPIA

GRÁFICO Nº 15 PRODUCCIÓN POR CASERÍOS DE LA ASOCIACIÓN DISTRITAL DE CAMU CAMU DE YARINACocha



ELABORACIÓN: PROPIA

Cabe resaltar en cuanto a las empresas agroindustriales en Pucallpa como Zuzuki y San Juan, que hace 3 años ampliaron sus áreas de plantaciones artificiales y han mejorado sus técnicas de producción y plantación así como productores exitosos como don Basilio Inocente (caserío Bellavista), Pablo Villegas (Caserío 7 de Junio) y Manasés Inocente (Caserío Bellavista), los cuales son parte de los colaboradores para el presente estudio

Del gráfico 15 se observa que en los caseríos de Bellavista y 7 de Junio las producciones son altas, y puesto que hay muy pocos productores en dichos caseríos podemos decir que se encuentran los mejores productores de la asociación, innovando en tecnología e implementado laboratorios experimentales en sus propias parcelas como el Ing. Pablo Villegas, teniendo casi el 98% de Ha en producción (7 Hectáreas). Otro productor con las mismas características es don Basilio Inocente, conocido por toda la asociación, y en especial por los productores de Bellavista, pues dicho productor posee casi la totalidad de hectáreas en producción (12,5 Hectáreas) que se menciona en el cuadro 13, los demás productores (Oscar Amasifuentes, Ronald Sangama, Pedro Paredes, Cliver Apaza, Leonardo Maytahuari, Zulema Saavedra) del caserío en mención poseen pocas extensiones de terrenos, es decir, un cuarto, media hectárea, una hectárea, llegando a lo mucho hasta 2 hectáreas de camu camu..

En una entrevista obtenida en su domicilio en el caserío de Bellavista se mencionó que se encuentra actualizándose con las nuevas técnicas de cultivo de camu camu en contacto con el Ing. Carlos Oliva Cruz, encargado del programa de camu camu del Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana - IIAP - que permanentemente están realizando investigaciones y mejoras para el beneficio de los productores, pues como se recordará el IIAP trabaja desde la perspectiva del productor y no de los intereses de la empresa privada.

4.3.5 PROBLEMAS EN LA OFERTA

En base a un trabajo de campo realizado en el distrito de Yarinacocha, se investigó los problemas y sus causas de la asociación distrital de productores de Yarinacocha (ADIPROCA Y), resultado de estar presentes en las reuniones que sostenían con las juntas

directivas y sus miembros y a entrevistas realizadas visitando comunidades donde viven con sus respectivas familias adjuntando dicha información en grabaciones y fotos. En el gráfico 16 se visualiza el árbol de problemas de la oferta de camu camu y sus respectivas causas. Estos están divididas en 4 ramas.

La primera se refiere al problema de bajos rendimientos de las plantaciones, limitadas prácticas agro-culturales, tecnología de proceso de desarrollo y poca asistencia técnica por parte de instituciones. En efecto existen bajos rendimientos de las plantaciones resultado de la gran variabilidad creada por los propios agricultores resultado de una mala implementación de plantaciones con tipo injerto usando todo tipo de yemas sin control alguno de plantas madres. Además pocas son las instituciones que brindan asistencia técnica, entre ellas se encuentran en INIA, MINAG, IIAP. Para aplacar dicho problema (bajos rendimientos de las plantaciones) se implementó un proyecto financiado por INCAGRO elaborado por el ingeniero encargado del programa camu camu del IIAP, Carlos Oliva Cruz. El objetivo principal de dicho proyecto era brindar asistencia técnica en manejo de siembre y productividad a las comunidades que forman parte del ADIPROCA Y. Entre los requisitos para la puesta en marcha de dicho proyecto era la aportación de la asociación de s/. 67 000 aproximadamente. Lo anterior estaría financiado con el aporte mensual de cada socio de s/. 35 (80 socios en total) por un tiempo de 2 años. El resto del financiamiento (60%) lo pondría INCAGRO.

Como segunda rama en el árbol de problemas tenemos: pocas áreas plantadas en producción, pequeños grupos de agricultores plantan este cultivo y existe un limitado conocimiento del mercado. Existe una gran demanda para las pocas áreas de de producción en Ucayali. En una entrevista al productor: Basilio Inocente mencionó que a su parecer los miembros del ADIPROCA Y todavía no se les debe considerar como productores puesto que se necesita ampliar mucho mas las áreas sembradas para considerarse como tales, además de ello mencionó que hay mucho conformismo por parte de los productores pues no tienen conocimiento de mercado ni de las ganancias que podrían obtener si comenzarían a tener visión empresarial.

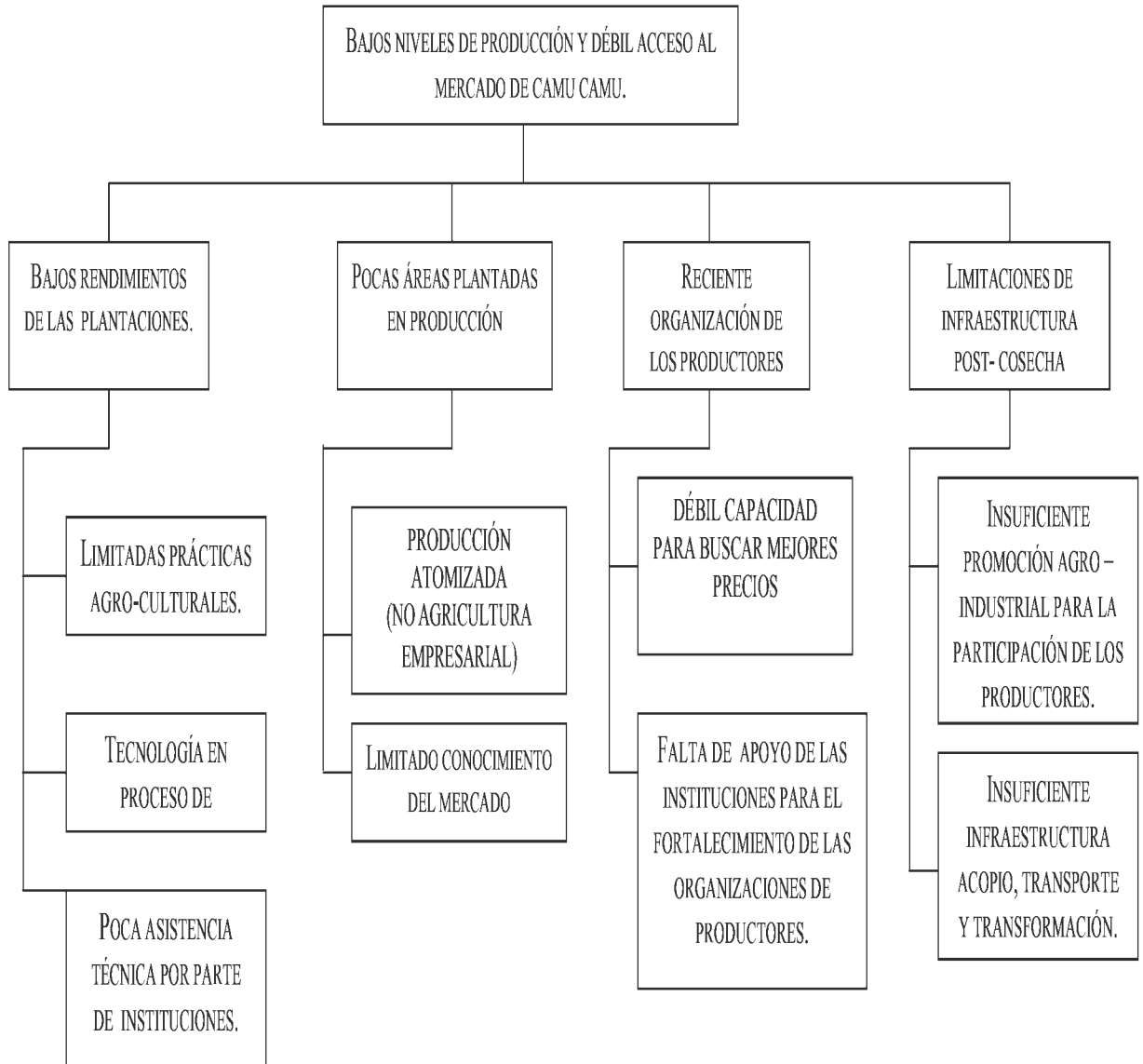
Como tercera rama en los problemas observados ubicamos la reciente organización de los productores bajo el nombre de ADIPROCA Y y falta de apoyo del estado para su

fortalecimiento como organización de productores. Se observó en la permanencia en la zona, la débil capacidad para buscar mejores precios y la débil confianza por parte de una gran cantidad de socios a proyectos de asesoría técnica. Para ello se trató de resolver dicho problema en reuniones convocadas por el directorio de ADIPROCA Y.⁷

La última rama se refiere a limitaciones de infraestructura post-cosecha, insuficiente promoción agro-industrial para la participación de los productores (los productores solo venden el fruto). La asociación no cuenta con infraestructura post-cosecha en la que puedan destinar el total de la producción para ser procesada y vendida con valor agregado a un mejor precio. Hasta el año pasado hubo un terreno donado por el señor Mahua Belnaldinho del caserío de San Juan para un proyecto hacia ese fin, pero por problemas internos no se pudo llevar a cabo. En noviembre del 2009 se recibió información que dicho terreno fue cedido a la empresa San Juan y ya se observa construcciones en dicho terreno. En una reunión que se tuvo (febrero 2008) la gerenta de dicha empresa (Ing. Francis Young) se comprometió a que los espacios de dicho terreno se compartiría con la asociación para el acopio de la fruta proveniente de los diversos caseríos que forman parte del ADIPROCA Y, información que se tiene reservada en grabaciones insitu.

⁷ Dichas reuniones fueron grabadas insitu como parte del trabajo de campo realizado en el Distrito de Yarinacocha, así como las reuniones que hicieron comisiones del Insitituto de la Amazonía Peruana (departamento de camu camu) a cargo del Ing. Carlos Oliva Cruz en las diversas comunidades aledañas al río Ucayali como la realizada en la comunidad Caco Malayo de habla bilingüe.

GRÁFICO N° 16: ÁRBOL DE PROBLEMAS Y SUS CAUSAS



FUENTE: IIAP

4.3.6 ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE CULTIVO DE CAMU CAMU

En el cuadro 18 se detalla la estructura de los costos de cultivo de camu camu asociado con especies anuales. Este análisis se realizó en el fundo Anaycka, perteneciente al ADIPROCAJ, el cual nos dará una idea de cuanto son los costos e ingresos de un productor asociado.

Las especificaciones se muestran a continuación:

- * Fundo Anaycka – Comunidad 7 de Junio
- * Cultivo de camu camu asociado con maíz, frejól, soya, y sandía en restinga
- * Área sembrada: 1Ha, con una densidad de plantas de camu camu 3x3
- * Número de plantas de camu camu: 1111

La razón por la que los productores empiezan a cultivar el camu camu como una inversión a largo plazo combinado con otras especies es porque el camu camu como planta franca (en su estado natural) empieza a producir al tercer año de su siembra, entonces mientras dure ese tiempo el productor prefiere amenguar sus costos mediante plantaciones de otros cultivos como maíz, frejól, soya, sandía u otros. Después que el camu camu llega a su adultez se suprime los cultivos que en un inicio fueron plantados, pues el camu camu necesita espacio para desarrollarse y alcanzar todo su potencial productivo.

Según el cuadro 18 los cultivos asociados al camu camu están presentes en el año 1, 2, 3, 4 y 5. A partir del quinto año hacia delante sólo aparecen cultivos de camu camu, los cuales continuarán su producción en los posteriores años. En el cuadro 18 se observa que las utilidades para el camu camu no existen ni en el primero ni en el segundo año. A partir del tercer año se observan utilidades que aumentarán en forma exponencial en los años posteriores. Se observa en el gráfico 17 que como resultado de cultivar camu camu con productos asociados el productor logra obtener rentabilidad después del segundo año. Además los ingresos van creciendo muy por encima de los costos⁸ a medida que el camu camu entra en producción acercándose a todo su potencial productivo después del octavo año.

⁸ Los costos desagregados se podrán obtener en el anexo 7 del presente estudio

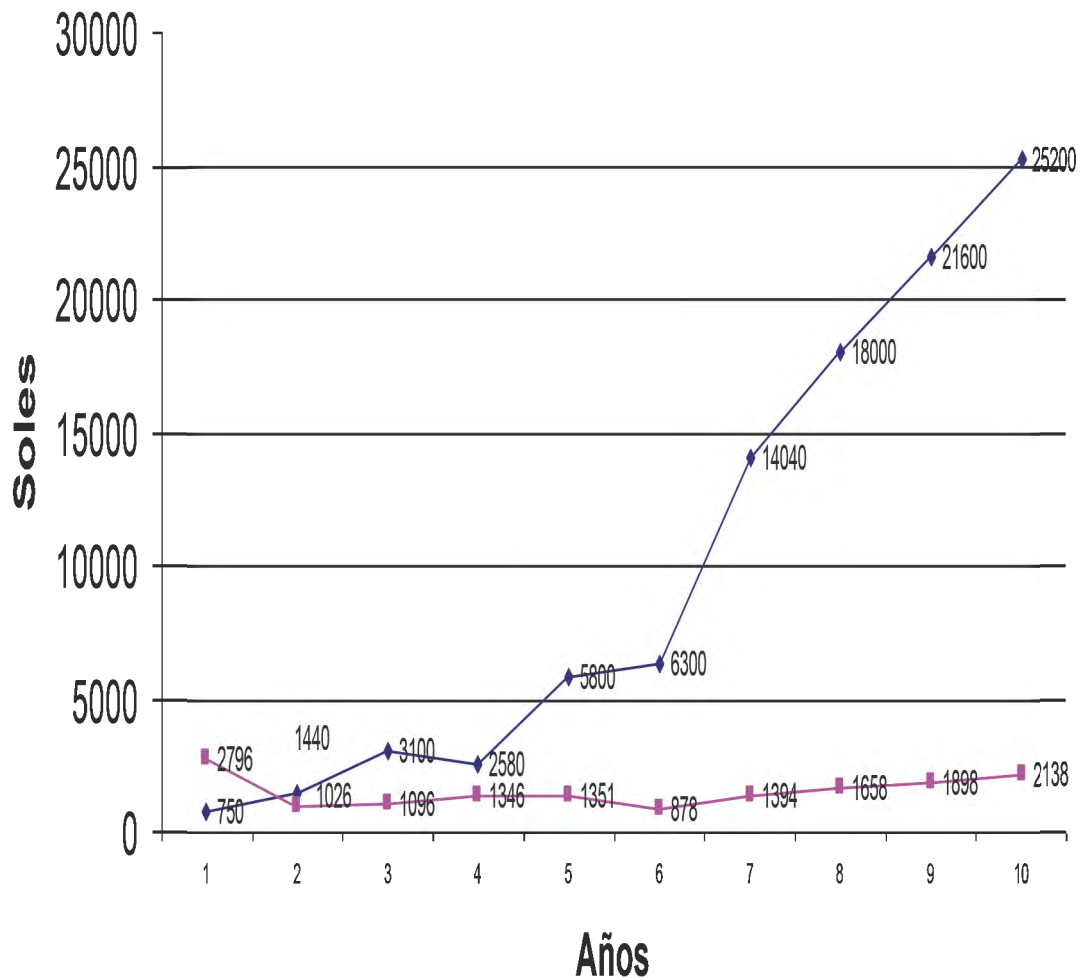
CUADRO N° 18: INGRESOS Y COSTOS DE CULTIVO DE CAMU CAMU (SOLES CONSTANTES)

| Concepto | AÑO 1 | | AÑO 2 | | AÑO 3 | | AÑO 4 | | AÑO 5 | | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Camu Camu | Maíz | Camu Camu | Frejol | Camu Camu | Sandía | Camu Camu | Soya | Camu Camu | Sandía | Camu Camu | Camu Camu | Camu Camu | Camu Camu | Camu Camu |
| Mano de Obra | 915 | 465 | 375 | 525 | 435 | 615 | 570 | 675 | 690 | 615 | 870 | 1386 | 1650 | 1890 | 2130 |
| Insumos | 1111 | 40 | 0 | 90 | 0 | 10 | 0 | 60 | 0 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Herramientas y Equipos | 232 | 33 | 8 | 28 | 8 | 28 | 8 | 33 | 8 | 28 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| COSTO TOTAL | 2258 | 538 | 383 | 643 | 443 | 653 | 578 | 768 | 698 | 653 | 878 | 1394 | 1658 | 1898 | 2138 |
| COSTO TOTAL | 2796 | | 1026 | | 1096 | | 1346 | | 1351 | | 878 | 1394 | 1658 | 1898 | 2130 |
| INGRESO TOTAL | 0 | 750 | 0 | 1440 | 900 | 2200 | 1800 | 780 | 3600 | 2200 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |
| INGRESO TOTAL | 750 | | 1440 | | 3100 | | 2580 | | 5800 | | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |

FUENTE: IIAP

ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO N° 17 : INGRESOS Y COSTOS DE CAMU CAMU



FUENTE: IIAP

4.3.7 FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES

Los ingresos directos se estimaron en función de los volúmenes de venta de fruta fresca de camu camu y de los productos de los cultivos asociados. Con estos ingresos y los costos determinados se procedió a evaluarlos los que nos permitió estimar los indicadores de rentabilidad económica del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Costo, las cuales fueron de 19 528.77, 92.39% y 41.68 respectivamente como se muestra en el cuadro 19. La tasa de descuento anual utilizada fue de 22,50%..

Se realizó un análisis de sensibilidad, en la cual nos indica que los casos analizados son más susceptibles a la disminución en el precio que al incremento de los costos, pues la variación de los indicadores es mayor en el primero que en el segundo.

De un estudio realizado a 7 campos de producción similares al fundo Anaycka realizado por el ingeniero Carlos Oliva del IIAP se obtuvo que los costos fijos fluctúan entre 20,27% y 37,84% mientras que los costos variables fluctúan entre 62,16% y 79,83% en función de las labores agronómicas que desarrollan y de la instalación de los cultivos asociados.

Los demás casos analizados evaluados y estudiados se han adjuntado al final del presente trabajo formando parte del anexo 7 y 8.

CUADRO N° 19 FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|--|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 750 | 1440 | 2200 | 780 | 2200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 750 | 1440 | 3100 | 2580 | 5800 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | M.O | 1380 | 900 | 1050 | 1245 | 1305 | 870 | 1386 | 1650 | 1890 | 2130 |
| 2.2 | INSUMOS | 1151 | 90 | 10 | 60 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | H Y EQUIP | 265 | 36 | 36 | 41 | 36 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 2796 | 1026 | 1096 | 1346 | 1351 | 878 | 1394 | 1658 | 1898 | 2138 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -2046 | 414 | 2004 | 1234 | 4449 | 5422 | 12646 | 16342 | 19702 | 23062 |
| | Tasa de Dcto Anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 19,528.77 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 92,39% | | | | | | | | | |
| | B/C | 41,679 | | | | | | | | | |
| | Tasa de interés anual Agro Banco = 19% | | | | | | | | | | |
| | Costos Administrativos Anual = 3,5% | | | | | | | | | | |

FUENTE: ILLAP

ELABORACIÓN PROPIA

4.4 COMERCIALIZACIÓN Y RENTABILIDAD

4.4.1 COMERCIALIZACIÓN

a. COSECHA Y TRATAMIENTO POST-COSECHA

En las poblaciones naturales de camu camu arbustivo, los pobladores ribereños cosechan de diciembre a marzo, por ser esta la época de aparición de los frutos, coincidente con la época de mayor precipitación. Para esta labor utilizan pequeñas embarcaciones que se denominan canoas. Esto se lleva a cabo en Loreto donde se encuentran poblaciones naturales de camu camu arbustivo. En este departamento se informó que había mucha depredación por parte de algunas empresas exportadoras, puesto que por el afán de ganar tiempo las ramas también son cortadas o arrancadas depredando dichos rodales naturales.

En plantaciones establecidas en restingas bajas o altas, la primera cosecha se da de febrero a mayo, época de mayor producción de frutos y la segunda cosecha se realiza desde octubre a diciembre.

Se menciona que el camu camu no es un fruto climatérico, es decir no puede madurar en forma normal después que se ha cosechado, como por ejemplo el banano en la cual después de ser desprendido de la planta se le puede colocar una bolsa a los frutos y al cabo de un tiempo como consecuencia del desprendimiento del etanol de la misma planta, este hace que la fruta madure de forma pareja. En el caso del camu camu los frutos verdes que se cosechan están destinados a descomponerse si se espera su maduración fuera de la planta, no obstante como los frutos cosechados se consideran aún vivos parece posible que todavía se produzca una corta maduración de los mismos después de ser cosechados, esto mientras duren los nutrientes existentes en el fruto, es decir después que se ha cosechado el fruto, la última reacción química desde el momento que se sacó el fruto de la planta tiene que cumplir su ciclo haciendo madurar solo “un poco más”, es decir si se cosecha en pintón maduro, fuera de la planta al cabo de unos días puede llegar a casi a maduro completo también fuera de la planta.

La cosecha de los frutos de camu camu en los caseríos de Yarinacocha se realiza en forma manual conforme van adquiriendo su madurez fisiológica. La consistencia delicada de los frutos como lo es el camu camu arbustivo no permite otro método de cosecha, además así se reducen las pérdidas por caídas del fruto a la tierra. Después de cosechado se lo coloca en jabas las mismas que por lo general son brindadas por empresas como la San Juan a los productores.

b. ENVASES

Después de la cosecha del fruto, se recomienda usar para el envase jabas de plásticos⁹ con las siguientes dimensiones: 35cm. de ancho, 60 cm. de largo y 20 cm. de profundidad con una capacidad de 24 kg hasta el borde y 23 kg al pre-borde. La ventaja de tales dimensiones es la capacidad de tener mas área superficial y poca profundidad, evitando que los frutos se deterioren malográndose por presión de unos sobre otros, así pueden apilarse hasta ocho cajas, una sobre otra. En cuanto al espacio entre jaba y jaba deberá prevenirse un espacio en el apilamiento que podría variar de 2 a 5 cm.

Las grandes ventajas de este material mencionado (jaba de plástico) es su facilidad de lavar, desinfectar y transportar.

c. TRANSPORTE

De preferencia los frutos deben ser seleccionados y lavados en sus recipientes antes del transporte en jabas de plástico. Es muy recomendable transportar los frutos lo mas rápido posible a su destino (para nuestro caso a los comedores populares focalizados) con el objetivo de reducir las posibles pérdidas, pues cuanto mayor tiempo permanece una jaba sobre otra, hay mayores probabilidades que la carga superior le transfiera daños a la jaba inferior, resultado de presiones provenientes de las jabas superiores, las que generaran transferencia de calor y posterior humedad a las jabas inferiores.

⁹ En una visita al domicilio de la Ing. Francis Young de Agrícola San Juan se pudo observar las jabas usadas por dicha empresa. La foto tomada se encuentra en el anexo 17

Con respecto a daños de frutos en la misma jaba, se sabe que la resistencia del fruto es pequeña y cuanto mayor tiempo permanezcan en los recipientes mayor será el riesgo de los frutos que se encuentran en el fondo de las jabas por acción de la presión acumulativa de los frutos de la parte superior. Si esto sucediera, entonces la temperatura de respiración de los frutos de la parte inferior será mayor provocando una suavización de las cáscaras facilitando su rompimiento y haciendo que el fruto se deteriore.

Durante el transporte son necesarios las siguientes recomendaciones:

- No exponer el producto al sol o al impacto de agua
- No sobreponer mas de 10 cajas cosecheras. Los frutos no deben amontonarse en capas de más de 20 cm.
- Las apilaciones deben permitir una fluída ventilación de la fruta

d. ALMACENAMIENTO

Según el Ministerio de Agricultura (MINAG) y el Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP) aseguran que en las condiciones climáticas de la selva, el fruto fresco de camu camu tiene un periodo de preservación una vez cosechado, de aproximadamente 3 a 4 días, período en el cual debe ser consumido. En pulpa y almacenado correctamente en cualquier punto del país puede permanecer hasta 8 meses apto para consumo humano, a una temperatura de -20 °C aproximadamente. Por esa razón los productores de Ucayali tienen como objetivo vender toda la producción que obtienen en campaña en un corto plazo, inclusive accediendo a rebajas en el precio por parte de los ofertantes, puesto que dichos productores no cuentan con un sistema de refrigeración¹⁰, además que ello conduciría a gastos por energía que haría disminuir sus utilidades.

La forma como se comercializa el camu camu de forma artesanal para venta al público en los mercados de Ucayali se muestra en el anexo 28 (fotos tomadas insitu), mientras que la forma de comercialización a realizarse a la ciudad de Lima entre

¹⁰ En Enero del 2007 se implementó un proyecto de asistencia técnica a cargo del Ing. Carlos Oliva del IIAP que dotaba al ADIPROCA Y de una planta de procesamiento y refrigeración para industrializar el camu camu y otras frutas en épocas de desabastecimiento del camu camu mejorando los precios para los productores. Dicho proyecto iba a ser financiado con el 60% por Incagro y el 40% por los productores del ADIPROCA Y.

productores de ADIPROCA Y y los comedores populares de San Juan de Lurigancho se detallarán en el punto g del presente estudio.

e. PROCESAMIENTO PRE INDUSTRIAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN

Para un adecuado procesamiento es necesario cumplir con las siguientes recomendaciones:

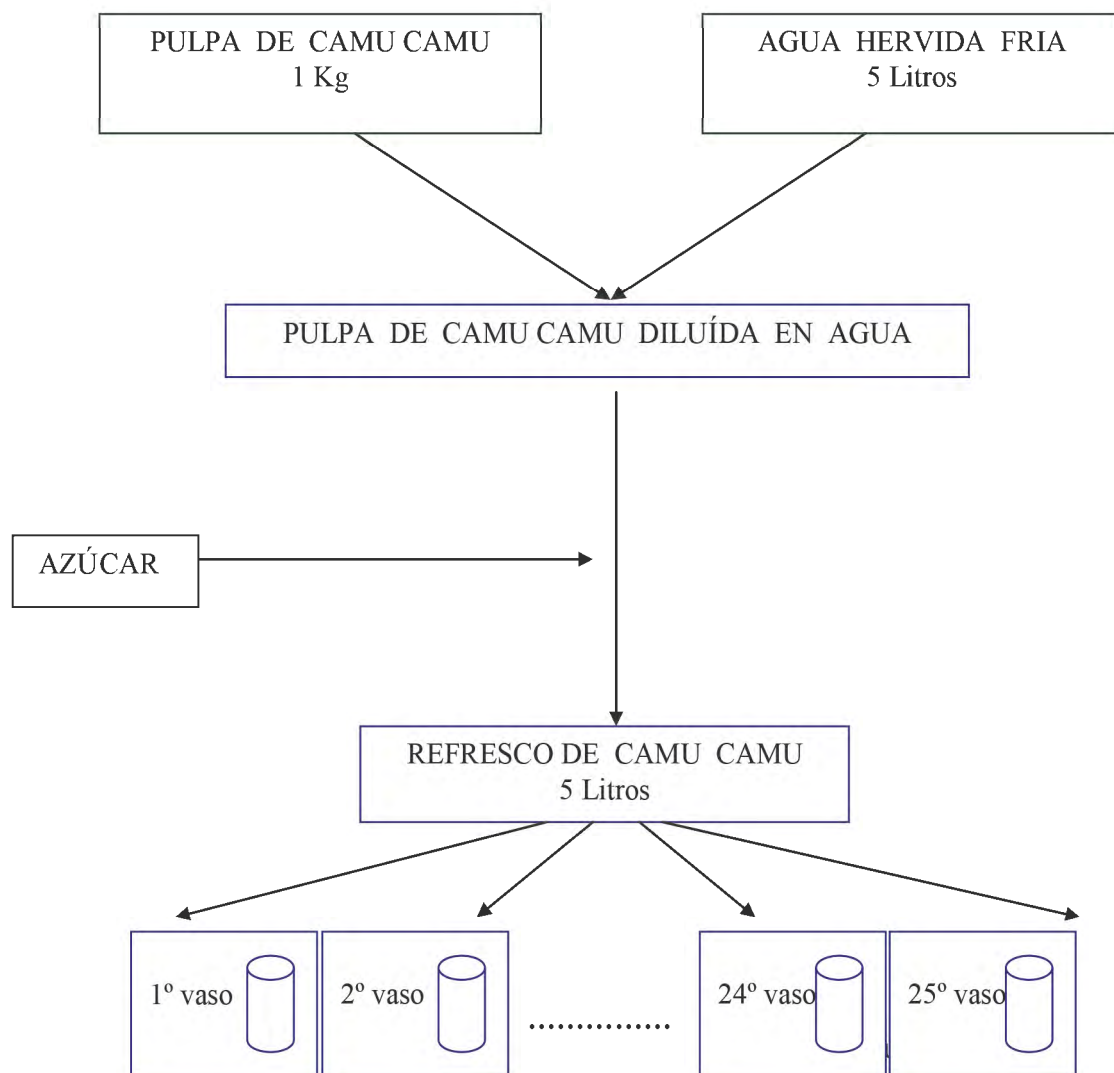
- Lavar los frutos y orearlos en lugares frescos.
- Calentar medio litro de agua a 40 °C.
- En un recipiente depositar 1 kg. de la fruta lavada y oreada.
- Agregar al recipiente el agua caliente.
- Estrujar los frutos con las manos para extraer la semilla.
- Licuar la pulpa para refrigerarlas en un recipiente pulcro.
- Lavar la semilla y darle el conveniente tratamiento.

GRAFICO N° 18: FLUJOGRAMA PARA PULPA DE CAMU CAMU.



FUENTE: RITA RUIZ, 2003

GRÁFICO N° 19:
PROCESO PARA ELABORAR REFRESCOS DE CAMU CAMU



FUENTE: OLIVA, 2009

ELABORACIÓN: PROPIA

Cabe recordar que por su acidéz, el fruto no se consume al estado natural, pues es necesario darle un tratamiento pre industrial para aprovechar el alto contenido de ácido ascórbico y otros componentes de la pulpa y la cáscara.

f. PRECIOS

Los precios de comercialización de fruta en campo se han comportado ascendentemente, lográndose incrementarse en 875% desde el año 1997 en que el precio estaba 0,40 céntimos por kilogramo, hasta abril del 2008 en que el precio tuvo un techo de S/.3,5 por kilogramo. En el 2009 el precio bajo como consecuencia de la crisis económica mundial.

Los consumidores locales lo compran en bolsas plásticas de 0,30; 0,60; y 1,00 / kg a un costo de 2 soles, 3 soles y hasta S/.4 por kg. Este último precio se observa en época de escasez (trabajo de campo al mercado Bellavista – Pucallpa, 2008). El tipo que mas se observó en los diferentes mercados visitados fue el camu camu tipo arbóreo.

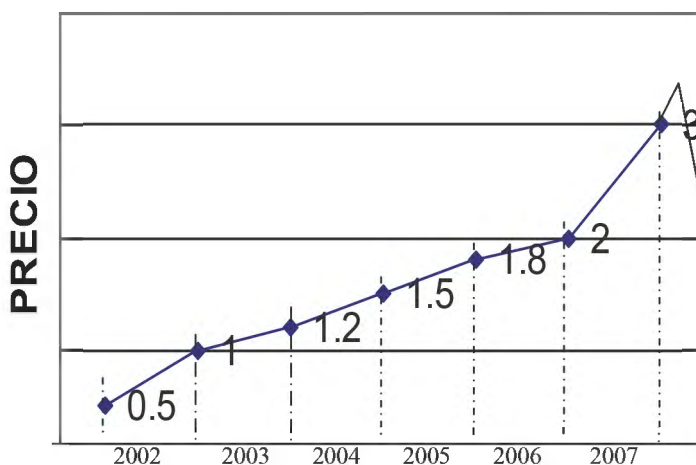
Los precios de exportación de la pulpa congelada FOB desde el puerto del Callao, varían entre \$3,00 y \$3,50 por kg. (Proyecto de Asesoría en Planeación Agraria –PROAPA - GTZ, op. cit.).

Donde hay más variaciones en precio es en el mercado de productos con mayor valor agregado- pulpa congelada, pulpa concentrada, pulpa concentrada clarificada, harina, deshidratada y capsulas- que varía en su contenido de vitamina C y en el precio de S/. 12 / kg. para la pulpa congelada a S/. 84,09/kg. para las cápsulas.

Como se observa en el gráfico 20, los precios en chacra en el departamento de Ucayali en el 2002 fue inicialmente de S/. 0,5 el kg, Este precio era pagado por la empresa Amazon Herb que compraba pocos volúmenes y cargaba el costo de transporte al productor, luego subió entre S/.1 y S/.1,2 y de ahí a S/. 1,5/kg. de fruta fresca al entrar la empresa San Juan. Para noviembre de 2006 subió el precio por la entrada de empresas compradoras del fruto, fluctuando el precio entre S/. 1,8 a S/. 2,0 / Kg. de fruta fresca (Trabajo de Campo, 2007). Para los años 2007 y 2008 el precio tendió a moverse alrededor de S/. 2,0 hacia arriba.

En el mes de abril del 2008, el precio en chacra tuvo su mayor repunte al ubicarse en 3,5 soles por kilogramo, sin embargo después tuvo una caída hasta S/. 2,5 pocos meses después. La razón según una entrevista con el ingeniero Carlos Oliva del IIAP en septiembre del 2008 fue que muchos envíos no cumplían con los estándares mínimos para exportación y que actualmente la fruta enviada esta observada en Japón.

GRAFICO N° 20: EVOLUCIÓN DEL PRECIO EN CHACRA EN EL DISTRITO DE YARINACOCCHA



ELABORACIÓN PROPIA

En una investigación propia se observó que al departamento de Lima el camu camu llega esporádicamente por pequeños volúmenes, algunas veces a supermercados como Metro, E-Wong ofreciéndose al público a un precio de S/. 12/kg. En una mayor frecuencia llega al mercado de frutas de Santa Anita pero el camu camu del tipo “arbóreo” (con menores cantidades de ácido ascórbico que el tipo arbustivo), siendo los precios en dicho mercado los siguientes:

Camu Camu Arbóreo pequeño y de baja calidad: S/ 6,00 por kilogramo

Camu Camu Arbóreo mediano y grande: S/ 9,00 por kilogramo

Algunas de las empresas dedicadas a la comercialización, industrialización y exportación de camu camu en Ucayali son las siguientes:

- Agroindustrial del Perú S.A.
- Agrícola San Juan del Oriente S.R.L.
- Peruvian Nature S.A.C.
- Koken del Perú S.R.L.
- Peruvian Heritage S.A.C.
- Selva Industrial S.A.
- Amazon Herb S.A.

El gráfico 21 muestra los actores de la cadena productiva del camu camu en el departamento de Ucayali, lográndose observar a empresas y la línea productiva en la cual se han especializado, es decir algunos de ellos producen pulpa deshidratada, congelada, atomizada, etc. El propósito de dichas transformaciones es para satisfacer en su gran mayoría los requerimientos del exigente mercado externo.

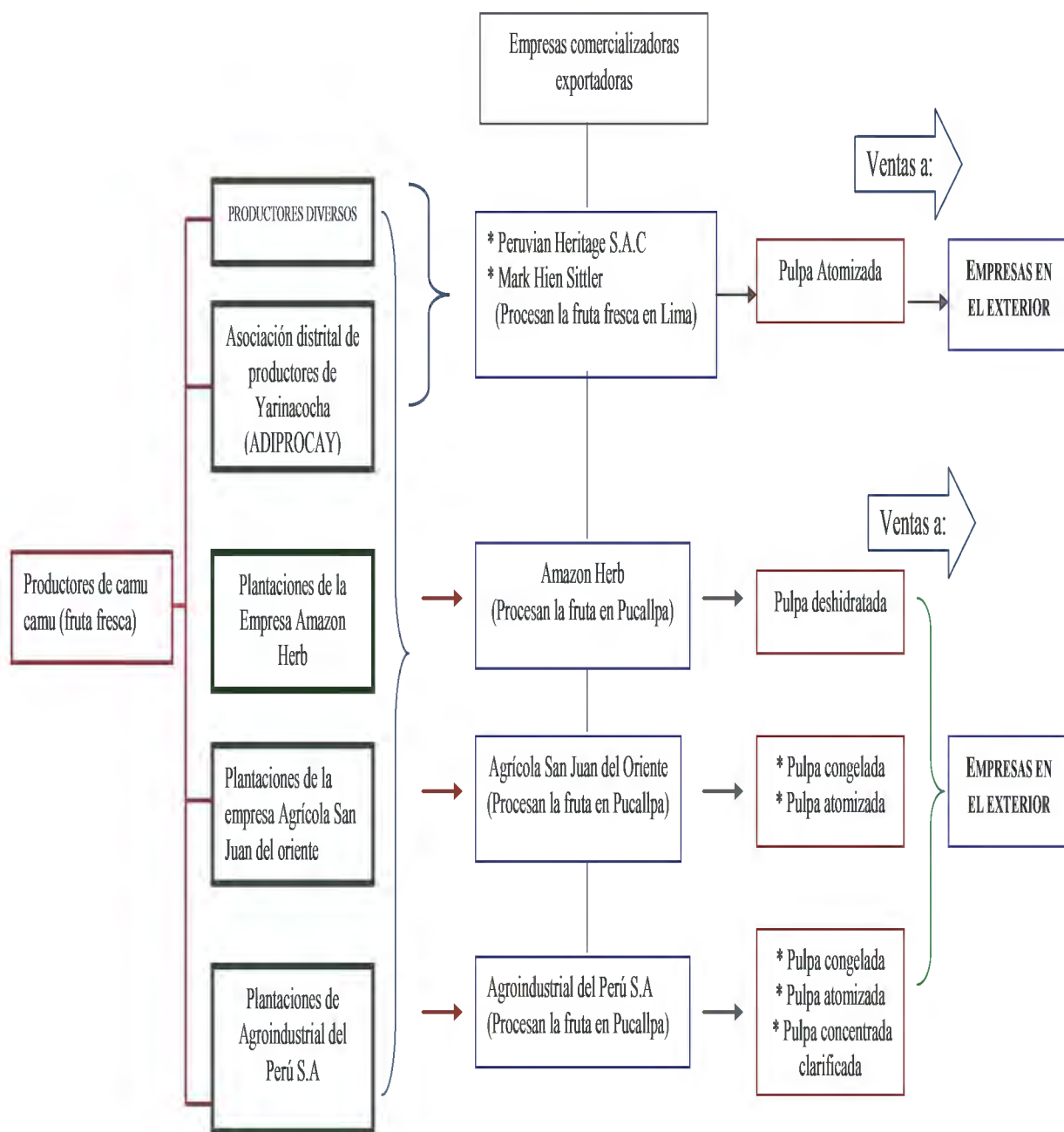
El gráfico 22 muestra las rutas internas que se seguirán desde las zonas productoras hasta los comedores populares, con sus respectivos detalles como costos, volúmenes, precios, horas de viaje.

En el gráfico 23 se puede observar los destinos de la comercialización de camu camu desde los diferentes caseríos que forman el ADIPROCA Y adaptadas al estudio.

El gráfico 24 muestra el canal de comercialización de Yarinacocha hacia los comedores populares de San Juan de Lurigancho, empezando por el acopio respectivo. Esto lo hace la misma organización ADIPROCA Y, para luego embarcar dichas producciones de camu camu vía lacustre, y trasladándose vía ruta terrestre hacia Lima para finalmente llegar a los comedores populares de San Juan de Lurigancho.

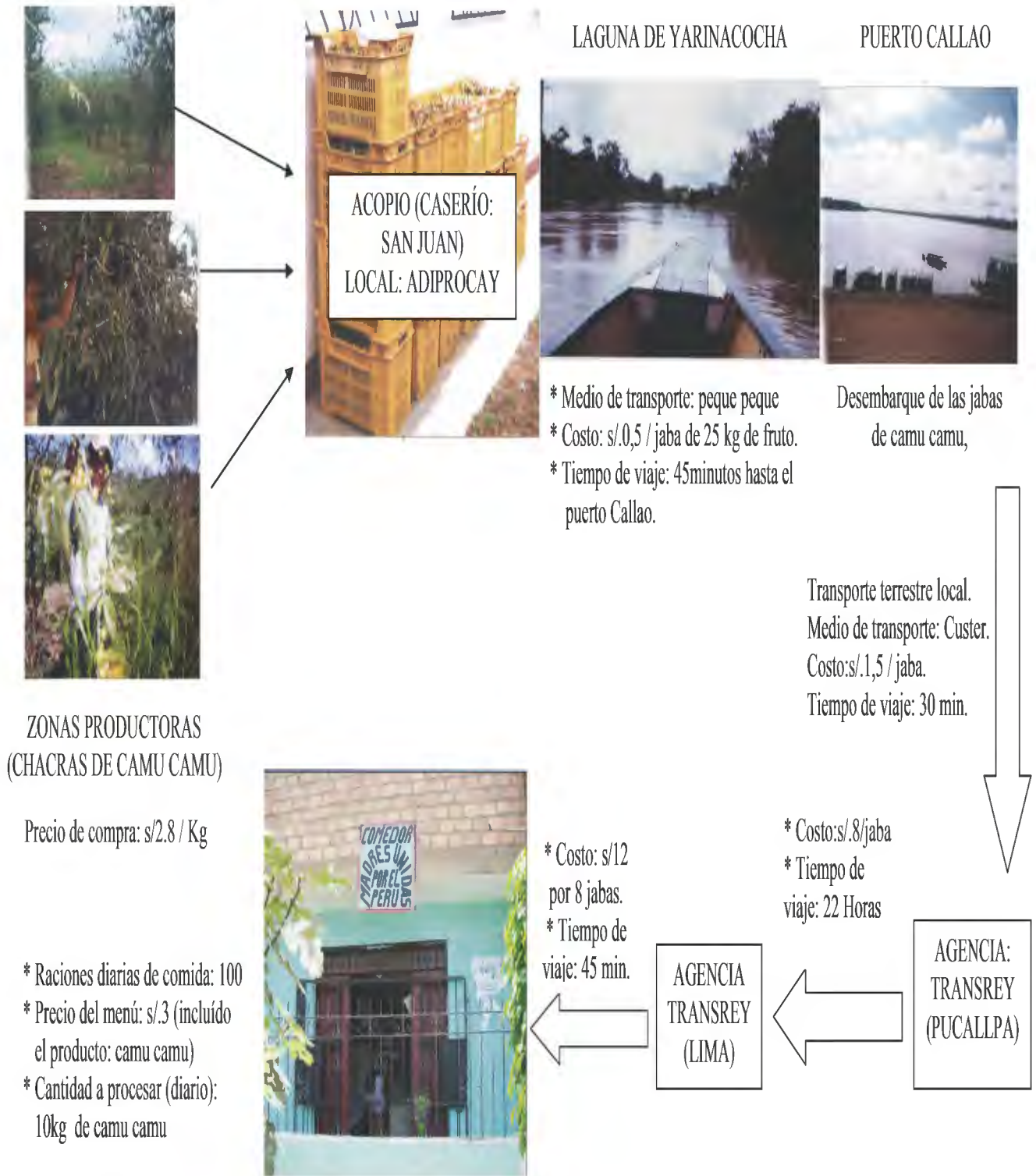
El anexo 18 nos muestra el flujo nacional del proceso de comercialización de camu camu, desde las zonas productoras como Requena, el Estrecho y Pucallpa hacia Lima para de ahí salir al mercado externo.

GRAFICO N° 21 ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA COMERCIALIZADORAS DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA H.B.K) EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI



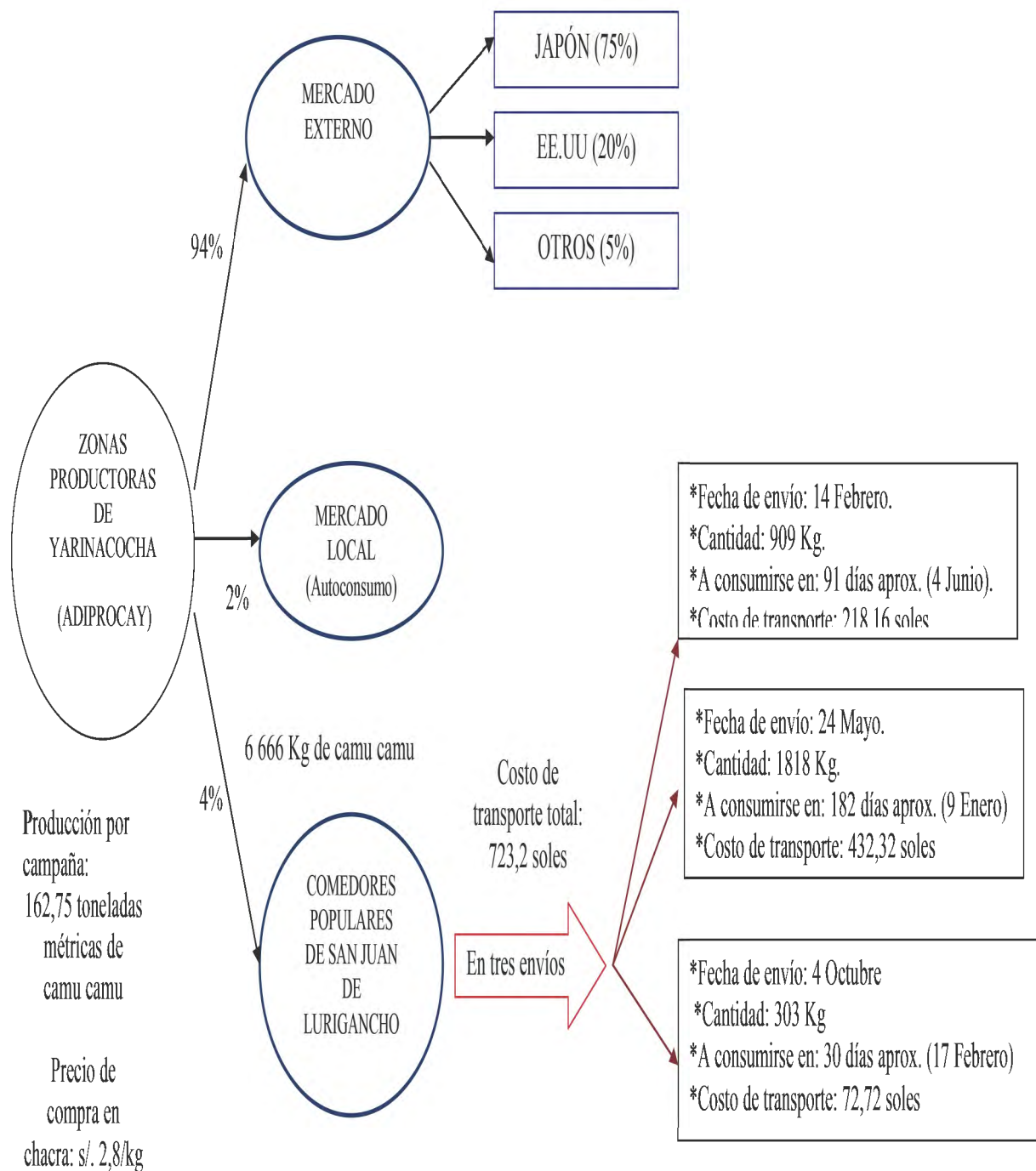
FUENTE: IAP, 2008

GRÁFICO 22: RUTAS PLANTEADAS PARA LA COMERCIALIZACION DE CAMU CAMU DESDE YARINACOCHA HACIA LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO



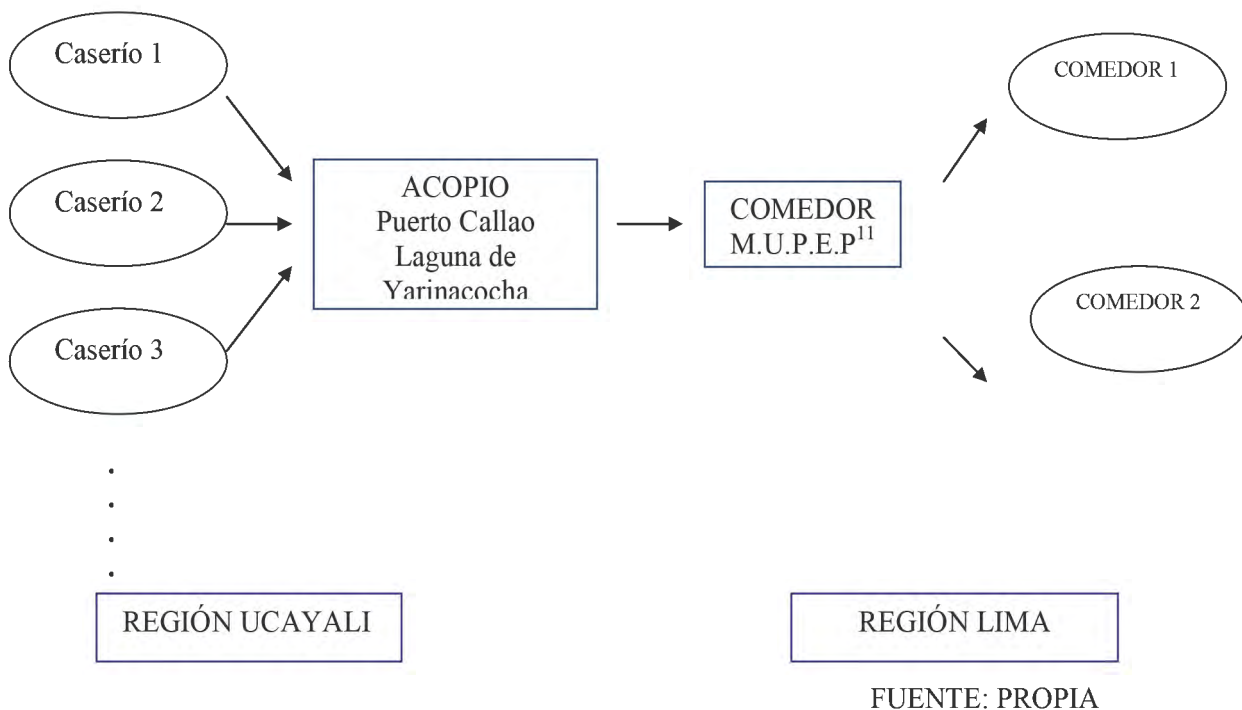
ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO N° 23: DESTINOS DE LA PRODUCCION TOTAL DE ADIPROCAY, INCORPORADO HACIA LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO



ELABORACION PROPIA

GRÁFICO 24: CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DEL CAMU CAMU HACIA LIMA



g. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN HACIA SAN JUAN DE LURIGANCHO

En el presente análisis se detallarán primero los cálculos del requerimiento de materia prima para un comedor representativo que asume la opción de comercialización de camu camu en San Juan de Lurigancho como una alternativa de agronegocio; en segundo lugar veremos los costos de comercialización y dentro de ellos los llamados costos de transporte; tercero se explicará la manera de como van a llevarse a cabo los envíos de materia prima desde Ucayali hasta Lima y las respectivas informaciones económicas que ayuden a la elaboración del flujo económico para su análisis en la parte de rentabilidad .

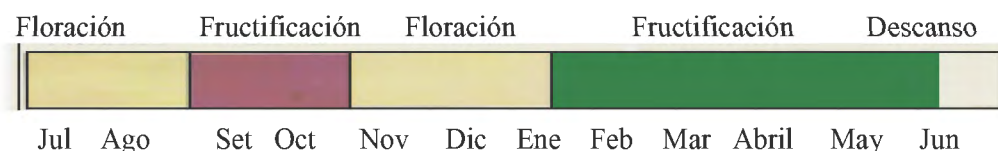
La figura 2 nos muestra el calendario productivo del camu camu en la zona de Yarinacocha donde la cosecha empieza a finales del mes de enero en reducidas cantidades produciendo

¹¹ M.U.P.E.P: Madres Unidas por el Perú

al máximo en los meses de abril y mayo, para ir disminuyendo en el mes de Junio, donde aproximadamente el 20 del mismo mes la producción es cero.

Los envíos de las cantidades de camu camu (3 envíos por año) estarán en función del calendario productivo¹² visualizados en la figura 2.

FIGURA N° 2: CALENDARIO PRODUCTIVO DEL CAMU CAMU



FUENTE: RITA RIVAS, 2003

g.1 CÁLCULOS DE REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA (PULPA DE CAMU CAMU) PARA LA ELABORACIÓN DE REFRESCOS.

Se tomará como referencia el comedor Madres Unidas por el Perú para un comedor representativo. Como ya se observó en el cuadro 10 anualmente se requerirá 1 515 kilogramos de pulpa de camu camu (3 030 kg. de fruto entero), asimismo se han considerado como días laborables de lunes a sábado, siendo aquellos días donde se usará camu camu en los refrescos. El mismo día se tendrá que sacar de la conservadora la pulpa necesaria para elaborar refrescos.

Del cuadro 10 se podrá mencionar lo siguiente:

*Anualmente se trabajará un promedio (303/12meses) de 25 días por mes aproximadamente.

*La relación entre fruta fresca y pulpa de camu camu es de 2 a 1

¹² En el calendario productivo del camu camu se observa dos campañas de cosecha. La campaña mas productiva es la llevada a cabo los meses de Febrero, Marzo y Abril y Mayo

g.2 PRINCIPALES COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN DE CAMU CAMU HACIA SAN JUAN DE LURIGANCHO

Los costos de comercialización de camu camu están dados principalmente por la compra del fruto y el pago de todos los costos de transporte tanto lacustre como terrestre desde el distrito de Yarinacocha en Ucayali hasta San Juan de Lurigancho en Lima. A continuación se mostrarán los costos de comercialización en cifras resumidas de los cuadros anteriores.

g.2.1 COSTO DE ADQUISICION DE MATERIA PRIMA

Según el cuadro 10 un comedor popular que atiende a 120 comensales aproximadamente y que desee incluir el camu camu en la dieta diaria a ofrecer a sus clientes necesitará 3 030 kilogramos por año y considerando que el precio por kilogramo actualmente esta a s/. 2,8 en chacra (octubre 2009) necesitará disponer de un total de s/. 9 090 como costo de adquisición de materia prima.

g.2.2 COSTOS DE TRANSPORTE

Los costos de transporte (vía fluvial o terrestre) vienen cuantificados en términos de jabas de 25 kg. cada una en el distrito de Yarinacocha, siendo los costos los siguientes:

A. Vía Fluvial.- El costo de transportar la fruta en bote (peque peque) desde las zonas de producción - caseríos pertenecientes al ADIPROCAY - hasta el puerto Callao (laguna de Yarinacocha) es de s/. 0,5 por jaba. En total transportar las 121,2 jabas costaría s/. 60,6 a través de la laguna mencionada.

B. Vía Terrestre local (Pucallpa).- El costo de transportar la fruta una vez llegado al puerto Callao en colectivo hasta la agencia TRANSREY de Pucallpa es de s/.1,5 por jaba. En total transportar las 121,2 jabas costaría s/. 181.8 a través de la carretera en colectivo.

C. Vía Terrestre a Lima.- El costo de transportar la fruta una vez llegado a la agencia TRANSREY de Pucallpa hacia Lima es de s/.8 por jaba. En total transportar las 121,2 jabas costaría s/. 969,6 hacia la capital.

D. Vía Terrestre local (Lima).- El costo de transportar la fruta una vez llegado a la agencia TRANSREY de Lima hacia los comedores populares es de s/.12 por 8 jabas. En total transportar las 121,2 jabas divididas en los tres envíos en total costaría s/. 303.

CUADRO N° 20 : COSTOS DE TRANSPORTE TOTALES ANUALES

| TRANSPORTE | Kg DE CAMU CAMU | COSTO DE TRANSPORTE S/. | PUNTO DE PARTIDA AL PUNTO DE LLEGADA |
|------------------------|----------------------------|--|--|
| A | 3 030 Kg (121,2 jabas) | 60,6 | Caseríos - PUERTO CALLAO, en peque peque |
| B | 3 030 Kg (121,2 jabas) | 181,8 | PUERTO CALLAO - Agencia TRANSREY, en colectivo |
| C | 3 030 Kg (121,2 jabas) | 969,6 | Agencia Pucallpa - Agencia Lima, |
| D | 3 030 Kg (121,2 jabas) | 181,8 | Agencia Lima hacia comedores populares, en taxi |
| TOTAL ANUAL | | 1 393,8 | |

FUENTE: PROPIA
ELABORACIÓN: PROPIA

En el cuadro 20 se muestra el total de costos de transporte anual desde las zonas productoras de camu camu en Yarinacocha hasta los comedores populares de San Juan de Lurigancho, el cual asciende a 1 393,8 soles.

A manera de referencia se podría deducir que el costo de transporte mensual ascendería a s/. 116,15 esto se logra dividiendo el total anual del cuadro 20 entre el número de meses del año (1 393,8 / 12).

Cabe resaltar que la pulpa de camu camu en congeladora a partir de -18 °C puede permanecer hasta por 8 meses, información que se tomará como base para el cálculo de los envíos de materia prima en coordinación con las fechas de producción de camu camu

g.3 ENVÍOS DE LA MATERIA PRIMA (FRUTO DE CAMU CAMU)

El envío de materia prima se hará después de cosechado la fruta, embarcado desde los diferentes caseríos del ADIPROCA Y, acopiándose en el puerto Callao en la Laguna de Yarinacocha para después trasladado a la agencia interprovincial.

El envío se hará en tres partes:

g.3.1 PRIMER ENVÍO

El primer envío de materia prima se hará el 14 de febrero y será equivalente al 30% del total calculado (3 030 kg.) o sea 909 kg. (36 jabas aprox.) esto es equivalente a 454,5 kg. de pulpa. El total de fruta se transformará inmediatamente a pulpa de camu camu y se almacenará en una conservadora a -18 °C (recomendado). Esta cantidad de camu camu enviado se consumirá en el lapso de 90,9 días (3,6 meses aprox.) por tanto será usado desde el 15 de febrero (un día de viaje desde Pucallpa hasta Lima) hasta el 4 de junio.

g.3.2 SEGUNDO ENVÍO

El segundo envío de materia prima se hará el 24 de mayo y será equivalente al 60% del total calculado (3 030 kg.) o sea 1 818 kg. (73 jabas aprox.) esto es equivalente a 909 kg. de pulpa. El total de fruta se transformará inmediatamente a pulpa de camu camu y se almacenará en una conservadora a -18°C (recomendado). Esta cantidad de camu camu enviado se consumirá en el lapso de 118,8 días (7,2 meses aprox.) por tanto será usado desde el 4 de junio hasta el 9 de enero.

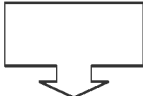
g.3.3 TERCER ENVÍO

El tercer envío de materia prima se hará el 4 de octubre y será equivalente solamente a 10% del total calculado (3 030 kg.) o sea 303 kg. (12 jabas aprox.) esto es equivalente a 151,5 kg. de pulpa. El total de fruta se transformará inmediatamente a pulpa de camu camu y se almacenará en una conservadora a -18 °C (recomendado). Esta cantidad de camu camu enviado se consumirá en el lapso de 30,3 días (1,2 meses aprox.) por tanto será usado desde el 9 de enero hasta el 17 de febrero.

Para la salida de la pulpa hacia su transformación se usar el sistema PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas), es decir los primeros envíos del fruto serán consumidas hasta su totalidad para después empezar a procesar parte del segundo envío.

El cuadro 21 resume lo anteriormente especificado.

CUADRO N°21: RESUMEN DE ENVÍOS DE MATERIA PRIMA

| ENVÍOS DE MATERIA PRIMA (FRUTO CAMU CAMU) | | | ALMACENAMIENTO y CONSUMO | | | |
|---|----------------|---------------|----------------------------------|--|--------|--------|
| El envío será en tres partes | Fecha de envío | CANTIDAD (Kg) | Abastecerá para (número de días) | Abastecerá para (número de meses) | Desde | Hasta |
| 1° envío Regular (30%) | 14-Feb | 909 | 90,9 | 3,6 | 15-Feb | 04-Jun |
| 2° envío (considerable) (60%) | 24-May | 1 818 | 181,8 | 7,2 | 04-Jun | 09-Ene |
| 3° envío (mínimo) (10%) | 04-Oct | 303 | 30,3 | 1,2 | 09-Ene | 17-Feb |
| TOTAL ENVIADO | | 3 030 | |  | | |
| | | | | Debe ¹³ ser menor a 8 | | |
| Para la salida de M.P del almacén para elaborar refrescos de camu camu a ofrecerse diariamente se usará | | | | | | |
| el método PEPS (Primeras Entradas Primeras Salidas) | | | | | | |

ELABORACIÓN: PROPIA

¹³ El producto camu camu almacenado y refrigerado puede durar hasta ocho meses sin experimentar deterioro

**h. INGRESOS Y EGRESOS EN EL COMEDOR POPULAR MADRES
UNIDAS POR EL PERÚ.**

h.1 INGRESOS

h.1.1 Venta de menú.- El precio del menú que se ofrece en los comedores populares de San Juan de Lurigancho oscila entre 2 y 3 soles. En el comedor Madres Unidas por el Perú (comedor representativo para el presente estudio) está actualmente S/.2,4 soles.

h.1.2 Venta de bolsas de filtrantes de camu camu.- Para aprovechar la cáscara del fruto se propone la venta de filtrantes de camu camu según información secundaria se sabe que existe una demanda insatisfecha de este producto respaldado por el aumento de la demanda a nivel internacional y mayor conocimiento de sus beneficios por parte de los turistas que visitan nuestro país. Se tiene un comprador (información a solicitud) que esta dispuesto a capacitar a las socias de los comedores involucrados en el presente estudio en la producción de filtrantes. El costo ascendente de dicha capacitación es de 100 soles entre alojamiento y comida. Este agente económico comercializa filtrantes y zumos de frutas exóticas en los diversos hoteles de la capital. Cada bolsita de 100 gr. se ofrecerá a un precio de 60 céntimos. Los ingresos por la venta de filtrantes se muestran en el cuadro 22.

CUADRO 22: INGRESOS ADICIONALES POR LA VENTA DE FILTRANTES

| | Nº de días | Kg Empleados | Relación fruto cáscara (20%) | cantidad de bolsitas filtrantes | Ingresos por la venta de filtrantes (en soles) |
|--------------|-------------------|---------------------|-------------------------------------|--|---|
| ENERO | 26 | 260 | 52 | 520 | 312 |
| FEBRERO | 25 | 250 | 50 | 500 | 300 |
| MARZO | 24 | 240 | 48 | 480 | 288 |
| ABRIL | 26 | 260 | 52 | 520 | 312 |
| MAYO | 26 | 260 | 52 | 520 | 312 |
| JUNIO | 25 | 250 | 50 | 500 | 300 |
| JULIO | 25 | 250 | 50 | 500 | 300 |
| AGOSTO | 25 | 250 | 50 | 500 | 300 |
| SEPTIEMBRE | 26 | 260 | 52 | 520 | 312 |
| OCTUBRE | 26 | 260 | 52 | 520 | 312 |
| NOVIEMBRE | 24 | 240 | 48 | 480 | 288 |
| DICIEMBRE | 25 | 250 | 50 | 500 | 300 |
| TOTAL | 303 | 3 030 | 606 | 6 060 | 3 636 |

ELABORACION PROPIA

h.1.3) Ingresos por actividades secundarias.- En los cuadros 29, 30 y 31 se refiere a entradas de dinero por actividades extraordinarias. Los días sábados y domingos se ofrecen tamales a 1 nuevo sol, en la cual se tiene una clientela fidelizada por la confianza en salubridad que gozan los comedores en el presente estudio. En cada uno de esos días se venden 25 tamales (50 por semana. Las entradas por este rubro ascienden a 200 soles mensuales.

h.2 EGRESOS

* Gastos por recojo de alimentos de PRONAA (mensual) .- Estos gastos están resumidos en el cuadro 23. Los costos desagregados son los siguientes:

*Inscripción.- Para el recojo de alimentos de PRONAA es requisito indispensable inscribirse en un cuaderno llamado “pecosa”. Dicha inscripción es de S/.2.

* Transporte local.- después de haber recogido los alimentos y de haber pagado S/.2 al cargador para que lo suba al taxi , este aproximadamente cobra S/. 11 para que lo traslade al comedor popular respectivo.

* Cuota a la federación de comedores autónomos.- Es un aporte mensual en la cual se tiene que dar una cuota de S/. 3 a la zona baja de la federación de comedores autónomos.

CUADRO N° 23 : GASTOS POR RECOJO DE ALIMENTOS DEL PRONAA

| | | |
|-----------------------|---------------|----------------|
| Inscripción en pecosa | S/. 2 | Mensual |
| Carga al taxi | S/. 2 | Mensual |
| Taxi al comedor | S/. 11 | Mensual |
| Cuota mensual | S/. 3 | Mensual |
| TOTAL | S/. 18 | Mensual |

ELABORACIÓN: PROPIA

* Presupuesto diario (compra de alimentos).- El comedor popular posee un presupuesto diario de S/. 70 destinado para hacer las compras necesarias a emplearse en la preparación de los alimentos.

* Luz.- Se paga un monto fijo según contrato con la propietaria de la casa. Dicho monto es de 25 soles mensuales.

* Agua.- Al igual que en el caso de la luz también se desembolsa una cantidad fija por este servicio. Se paga 35 soles mensuales por dicho concepto.

* Gas.- Del total de ingresos diarios, se separa 10,5 soles para formar un fondo de compensación para reponer el gas que se usó en el respectivo día

* Alquiler.- El costo de ocupación del local a modo de alquiler asciende a 150 soles válido por un año con posibilidad de renovación de contrato con la propietaria del local.

Antes de mostrar el flujo económico recordaremos que diariamente se procesará 10 kg. de fruta diaria que dará 5 kg. de pulpa, pero como sabemos que de cada kg. de pulpa resulta 5 Litros de refrescos y de cada litro equivale a 5 vasos entonces del total del fruto procesado se obtendrá refresco para 125 comensales (incluido casos sociales).

La cantidad de menús que se prepara a diario oscila en el rango de 115 a 130 raciones. Para el flujo económico se ha evaluado con 120 raciones, en las cuales 20 son por caso social, por lo tanto 100 comensales pagan su costo.

Cabe resaltar que se denomina caso social a los casos de personas en extrema pobreza que se les dificulta para cubrir el costo de su menú diario. Por tanto en cuanto a ingresos para el comedor sólo se consideró a los pagantes es decir a 100 comensales. El número de casos sociales refleja la sensibilidad del comedor que lo implementa, pues se sabe que hay otros comedores de la zona Las Flores que tienen un número de casos sociales nulo.

i. MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN

Existen diversas formas de márgenes de comercialización. Para el presente trabajo se ha visto conveniente investigar tres de ellos, las cuales son:

Márgen con respecto al precio de venta.

Márgen con respecto al costo.

Márgen con respecto al ingreso .

i.1 Márgen con respecto al precio de venta.- Este tipo de margen de comercialización incorpora el costo unitario (o costo total) y el precio de venta¹⁴ (o ingresos por precio de venta). Representa el márgen entre el precio y el costo unitario con respecto al precio de venta expresado en porcentaje. Su fórmula viene dado por:

$$(1 - \text{Costo} / \text{Pvta}) \times 100$$

i.2 Márgen con respecto al costo.- Es parecido al márgen con respecto al precio de venta, pero con la diferencia que el márgen entre el precio de venta y el costo unitario es con respecto al costo unitario. Su fórmula viene dado por:

$$((\text{Precio} - \text{Costo}) / \text{Costo}) \times 100$$

i.3 Márgen con respecto al ingreso.- Brinda información acerca del porcentaje que representa el márgen entre el ingreso y la utilidad obtenida con respecto a los ingresos. Su fórmula esta dada por:

$$((\text{Ingresos} - \text{Utilidad}) / \text{Ingresos}) \times 100$$

En el cuadro 24 se muestra los márgenes de comercialización obtenidos en el presente trabajo, mientras que en el cuadro 25 podemos visualizar el promedio de los mismos.

¹⁴ El precio de venta se refiere al precio del menú en el comedor popular incorporado el camu camu.

**CUADRO 24: MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL COMEDOR POPULAR MADRES UNIDAS POR EL PERÚ
INCORPORANDO EL CAMU CAMU, 2008 (NUEVOS SOLES CORRIENTES)**

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMB | OCTUBRE | NOVIEMB | DICIEMB |
|--|--------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|---------|---------|---------|
| Ingreso por precio de venta | 7800 | 7500 | 7200 | 7800 | 7800 | 7500 | 7500 | 7500 | 7800 | 7800 | 7200 | 7500 |
| Ingreso total | 8312 | 8000 | 7688 | 8312 | 8312 | 8000 | 8000 | 8000 | 8312 | 8312 | 7688 | 8000 |
| Costo | 2771 | 5436 | 2574 | 2771 | 2771 | 8199 | 2673 | 2673 | 2771 | 3692 | 2574 | 2673 |
| Utilidad | 5458 | 2401 | 5037 | 5458 | 5458 | -445 | 5247 | 5247 | 5458 | 4509 | 5037 | 5247 |
| Margen con respecto al precio de venta | 64,47 | 27,52 | 64,25 | 64,47 | 64,47 | -9,32 | 64,37 | 64,37 | 64,47 | 52,67 | 64,25 | 64,37 |
| Margen con respecto al costo | 181,49 | 37,97 | 179,72 | 181,49 | 181,49 | -8,53 | 180,64 | 180,64 | 181,49 | 111,26 | 179,72 | 180,64 |
| Margen con respecto al ingreso | 30,03 | 67,99 | 30,04 | 30,03 | 30,03 | 105,94 | 30,04 | 30,04 | 30,03 | 42,19 | 30,04 | 30,04 |

ELABORACIÓN PROPIA

**CUADRO 25: PROMEDIO ANUAL DE
MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN**

| | PROMEDIO ANUAL |
|---|-----------------------|
| Márgen con respecto al precio de venta | 54,20 |
| Márgen con respecto al costo | 147,33 |
| Márgen con respecto al ingreso | 40,53 |

ELABORACIÓN PROPIA

Según el cuadro 25 anualmente una vez incorporado el camu camu el márgen que existe entre el precio que se paga por el menú y su costo representa el 54,20% del precio de venta y el 147,33% de su costo .

En el mismo cuadro también podemos mencionar que la diferencia o el márgen que existe entre el total de ingresos y la utilidad neta representa el 40,53% con respecto al total de ingresos percibidos por la incorporación del camu camu.

Cabe resaltar que no se incluyó los márgenes de comercialización del transportista ni de las personas que trasladarán el producto camu camu a la agencia en Pucallpa para su posterior traslado a la ciudad de Lima.

4.4.2 RENTABILIDAD

Las ganancias de incluir el camu camu en la dieta diaria de los comedores populares vienen de tres vías. El primero por el lado nutritivo, la cual dicha ganancia para los comensales está asegurada por sus grandes concentraciones en vitamina C anteriormente explicadas que posee el mencionado producto. La segunda ganancia está dada por lo que percibiría el productor resultado de la venta realizada a los comedores populares. La tercera ganancia esta dada por los ingresos adicionales para el comedor popular como consecuencia de incurrir en una actividad de agronegocios. Estos dos últimos son ganancias económicas, la cual analizaremos a continuación.

a. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA EL PRODUCTOR

La rentabilidad para el productor estará dada por la diferencia entre lo que percibe por la venta del fruto y los egresos que incurre hasta producida la venta del camu camu.

Se tomará como fuente primaria los datos que fueron proporcionados por los agricultores en las entrevistas realizadas (en sus respectivos hogares y en chacra) comparando dicha información con estudios realizados por instituciones privadas como el IIAP en años anteriores.

a.1 INGRESOS DEL PRODUCTOR

Los ingresos del productor (ADIPROCAJ) vienen dados por la venta total de 6 666 kilos de camu camu observados en el cuadro 12. A un precio de 2,8 soles el kilogramo de camu camu en chacra se percibirá un ingreso total de 18 664,8 soles de parte de los comedores populares involucrados.

a.2 EGRESOS DEL PRODUCTOR

Los egresos del productor (ADIPROCAJ) estarán dados por la limpieza constante que se tiene que hacer durante la época que no hay cosecha (20 trabajadores/ Ha), el control fitosanitario (5 trabajadores / Ha) y la contratación de obreros en época de cosecha, los cuales comúnmente cobran 5,00 soles por java de 25 kilogramos. Cabe resaltar que sólo se necesita el 4,1% del total de hectareaje de la asociación lo que equivale a un aproximado de 2,18 hectáreas considerando un rendimiento de 3,06T.M/Ha, (ver cuadro 13). En el cuadro 26 se muestra los costos unitarios del productor.

CUADRO N° 26 COSTOS UNITARIOS DEL PRODUCTOR

| CONCEPTO | COSTOS UNITARIOS |
|-----------------------|-------------------------|
| DESHIERBO | 15 SOLES EL JORNAL |
| CONTROL FITOSANITARIO | 15 SOLES EL JORNAL |
| COSECHA | 5 SOLES POR JAVA |

FUENTE: PROPIA

Para la limpieza del terreno o deshierbo se suele contratar 20 trabajadores por hectárea, la cual el costo por dicha actividad asciende a 300 soles cada vez que se realiza dicha labor. A lo largo de un periodo anual se realiza 3 veces la llamada limpieza de terreno o deshierbo. En total el costo por dicha actividad asciende a 900 soles por hectárea, pero como son 2,18 Ha. el costo total por realizar la limpieza del terreno asciende a 1 63,01 soles.

Para la realización del control fitosanitario se paga 15 soles el jornal y se suele emplear 5 trabajadores por hectárea para que hagan el seguimiento planta por planta. Como son aproximadamente 2 hectáreas el requerido para el aseguramiento de la materia prima, se necesitarán 10 trabajadores para la realización de la presente labor. El costo de realizar el control fitosanitario asciende a 150 soles.

Con respecto a la cosecha, cada trabajador cobra 5 soles por el llenado de una java de 25 kilogramos. El número de jvas asciende a 265 aproximadamente, por tanto los costos por el llenado del total de jvas es de 1 333 soles. En el cuadro 27 se muestra cuanto ganaría el productor (ADIPROCA) por incurrir en la comercialización de camu camu hacia los comedores populares de San Juan de Lurigancho.

CUADRO N° 27 RENTABILIDAD DEL PRODUCTOR

| | |
|-------------------------------|------------------|
| INGRESOS | |
| Venta (6666Kg) | 1 8664,8 |
| | |
| EGRESOS | |
| Limpieza (deshierbo) | 1 963,008 |
| Ctrol fitosanitario | 150 |
| Cosecha | 1 333,2 |
| TOTAL EGRESOS | 3 446,208 |
| GANANCIA DEL PRODUCTOR | 15 218,59 |

ELABORACIÓN: PROPIA

b. EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA EL COMEDOR POPULAR

La estrategia será comparar las rentabilidades bajo dos escenarios. Primero se analizará la rentabilidad de un comedor sin incluir el camu camu, mientras que para el segundo escenario se incluirá el mencionado producto. Seguidamente se analizarán las utilidades en ambos casos y se procederá a realizar un análisis comparativo observando si existen utilidades diferenciales, dichas utilidades serán las ventajas económicas que obtendría el comedor popular con la inclusión del camu camu.

En el cuadro 28 se observan algunos datos importantes para calcular la rentabilidad del comedor popular

CUADRO N° 28: RESUMEN DE DATOS PUNTUALES PARA CALCULAR LA RENTABILIDAD DEL COMEDOR POPULAR

| ITEM | |
|---|---------------|
| PRECIO DEL MENU NORMAL (SIN INCLUIR CAMU CAMU) | s/. 2,4 |
| PRECIO DEL MENU (INCLUIDO CAMU CAMU) | s/. 3 |
| PRECIO DE COMPRA CAMU CAMU (CHACRA) | s/. 2,8 / kg. |
| RECOJO DE ALIMENTOS (HABITUAL DESDE PRONAA) | s/. 18 mes. |
| Kg DE CAMU CAMU A PROCESAR | 10 kg. diario |
| RACIONES DIARIAS PAGADAS | 100 |
| PRESUPUESTO DIARIO (compra de alimentos habitual en comedores) | 70 |

ELABORACIÓN: PROPIA

Los costos diarios para obtenerlos en forma mensual se multiplicará por los días laborados de sus respectivos meses.

b.1 EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU

A continuación nuestro siguiente objetivo será mostrar la rentabilidad de un comedor sin incorporar refresco de camu camu en los menús que se ofrece a diario (cuadro 29). Los datos que se observan se tomaron del punto 4.4.1.8 (ingresos y egresos en el comedor popular Madres Unidas por el Perú, pág 101).

Se observa que los meses que mayor ingreso se tiene son: el mes 3, mes 4, mes 8, mes 9, y el mes 12; esto se debe a que casi no hay interrupciones festivas. En febrero se empezara con los envíos del fruto de camu camu por representar el inicio de la actividad productiva en el distrito de Yarinacocha en Ucayali. El mes 1 empieza desde el 14 de febrero hasta 31 días después. El mes 2 empieza el 17 de marzo hasta 28 días después. El mes 3 empieza desde el 15 de abril hasta 31 días después y así sucesivamente.

En el Cuadro 29 se muestra un cuadro económico mensual de un comedor popular representativo habitual, osea sin la incorporación del camu camu. La cifras presentes están en soles corrientes.

En el cuadro 30 se observa un cuadro de ingresos, egresos y utilidades de un comedor popular representativo, expresados en soles constantes (base: febrero 2008), el cual junto con el cuadro 33 nos servirá para realizar el flujo incremental y sus respectivos indicadores de rentabilidad observados en el cuadro 34.

CUADRO 29: CUADRO ECONÓMICO MENSUAL EN UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU
(EN SOLES CORRIENTES)

| MES | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|---------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|
| Ingresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| VENTAS | 6000 | 5760 | 6240 | 6240 | 6000 | 6000 | 6000 | 6240 | 6240 | 5760 | 6000 | 6240 |
| Otros ingresos (tamales) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Total Ingresos | 6200 | 5960 | 6440 | 6440 | 6200 | 6200 | 6200 | 6440 | 6440 | 5960 | 6200 | 6440 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Egresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| Compra Alimentos | 1750 | 1680 | 1820 | 1820 | 1750 | 1750 | 1750 | 1820 | 1820 | 1680 | 1750 | 1820 |
| Recojo de Alimentos | 450 | 432 | 468 | 468 | 450 | 450 | 450 | 468 | 468 | 432 | 450 | 468 |
| Gas mensual | 262,5 | 252 | 273 | 273 | 262,5 | 262,5 | 262,5 | 273 | 273 | 252 | 262,5 | 273 |
| Luz | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Agua | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Alquiler | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Total Egresos | 2672,5 | 2574 | 2771 | 2771 | 2672,5 | 2672,5 | 2672,5 | 2771 | 2771 | 2574 | 2672,5 | 2771 |
| Imprevistos (3%) | 80,175 | 77,22 | 83,13 | 83,13 | 80,175 | 80,175 | 80,175 | 83,13 | 83,13 | 77,22 | 80,175 | 83,13 |
| | | | | | | | | | | | | |
| UTILIDAD NETA | 3447 | 3309 | 3586 | 3586 | 3447 | 3447 | 3447 | 3586 | 3586 | 3309 | 3447 | 3586 |

ELABORACIÓN PROPIA

CUADRO 30: CUADRO ECONÓMICO MENSUAL EN UN COMEDOR POPULAR SIN INCORPORAR CAMU CAMU
(EN SOLES CONSTANTES)

| MES | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| VENTAS | 6000,00 | 5700,61 | 6166,21 | 6143,21 | 5862,21 | 5829,85 | 5795,43 | 5993,35 | 5956,90 | 5481,56 | 5639,44 | 5910,83 |
| Otros ingresos | 200,00 | 197,94 | 197,63 | 196,90 | 195,41 | 194,33 | 193,18 | 192,09 | 190,93 | 190,33 | 189,65 | 189,45 |
| Total Ingresos | 6200,00 | 5898,55 | 6363,84 | 6340,11 | 6057,62 | 6024,18 | 5988,61 | 6185,45 | 6147,83 | 5671,89 | 5879,09 | 6100,28 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Egresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| Compra Alimentos | 1750,00 | 1662,68 | 1798,48 | 1791,77 | 1709,81 | 1700,37 | 1690,33 | 1748,06 | 1737,43 | 1598,79 | 1659,42 | 1723,99 |
| Recojo de Alimentos | 450,00 | 427,55 | 462,47 | 460,74 | 439,67 | 437,24 | 434,66 | 449,50 | 446,77 | 411,12 | 426,71 | 443,31 |
| Gas mensual | 262,50 | 249,40 | 269,77 | 268,77 | 256,47 | 255,06 | 253,55 | 262,21 | 260,61 | 239,82 | 248,91 | 258,60 |
| Luz | 25,00 | 24,74 | 24,70 | 24,61 | 24,43 | 24,9 | 24,15 | 24,01 | 23,87 | 23,79 | 23,71 | 23,68 |
| Agua | 35,00 | 34,64 | 34,9 | 34,46 | 34,20 | 34,01 | 33,81 | 33,62 | 33,41 | 33,31 | 33,19 | 33,15 |
| Alquiler | 150,00 | 148,45 | 148,23 | 147,67 | 146,56 | 145,75 | 144,89 | 144,07 | 143,19 | 142,75 | 142,24 | 142,09 |
| Total Egresos | 2672,50 | 2547,46 | 2738,23 | 2728,02 | 2611,13 | 2596,71 | 2581,38 | 2661,47 | 2645,28 | 2449,57 | 2534,17 | 2624,83 |
| Imprevistos (3%) | 80,18 | 76,42 | 82,15 | 81,84 | 78,33 | 77,90 | 77,4 | 79,84 | 79,36 | 73,49 | 76,03 | 78,74 |
| | | | | | | | | | | | | |
| UTILIDAD NETA | 3447,33 | 3274,67 | 3543,46 | 3530,25 | 3368,16 | 3349,56 | 3329,79 | 3444,13 | 3423,18 | 3148,83 | 3268,89 | 3396,71 |

ELABORACIÓN PROPIA

b.2 EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR POPULAR INCORPORANDO CAMU CAMU

En la confección del flujo económico representado en el cuadro 30 se consideró un aumento del precio (de s/.0,60) del menú en el comedor popular de s/. 2,4 a s/. 3,00 pues la inclusión de camu camu representa nuevos gastos y costos para el comedor popular. El precio obedece a los resultados de la segunda encuesta realizada. Entre las preguntas a los 66 encuestados se hallaba una referida a precios dispuesto a pagar por los beneficiarios por la inclusión del camu camu el cual ya fue detallado en la página 67, observando y concluyendo en base a los resultados el surgimiento de una toma de conciencia, prevención y cuidado de la salud al decidir por el producto camu camu en su dieta diaria por parte de los encuestados en los comedores populares focalizados.

En el cuadro 30 indicaremos que el mes 1 está referido a febrero, el mes 2 a marzo y así sucesivamente, puesto que en dicho mes se empezará con los envíos del fruto de camu camu por representar el inicio de la actividad productiva en el distrito de Yarinacocha en Ucayali

En el cuadro 31 se observa que existen utilidades significativas¹⁵ resultado de adoptar al camu camu como parte de la dieta diaria a ofrecerse. Recordaremos que los comedores populares están exonerados del pago de impuesto a la renta, razón por la cual no se consideró dicho impuesto para calcular la utilidad neta (utilidad neta = utilidad antes de impuesto).

En el cuadro 32 se observa un cuadro comparativo de ambos casos (con y sin incorporación de camu camu) donde se muestra la ganancia que obtendría el comedor popular que adopte la comercialización del camu camu como una opción de agronegocios ante futuros escenarios adversos como el recorte de la ayuda del gobierno de turno.

En el gráfico 25 se muestra en forma resumida el flujo de ingresos y egresos resultado de la comercialización de camu camu hacia San Juan de Lurigancho.

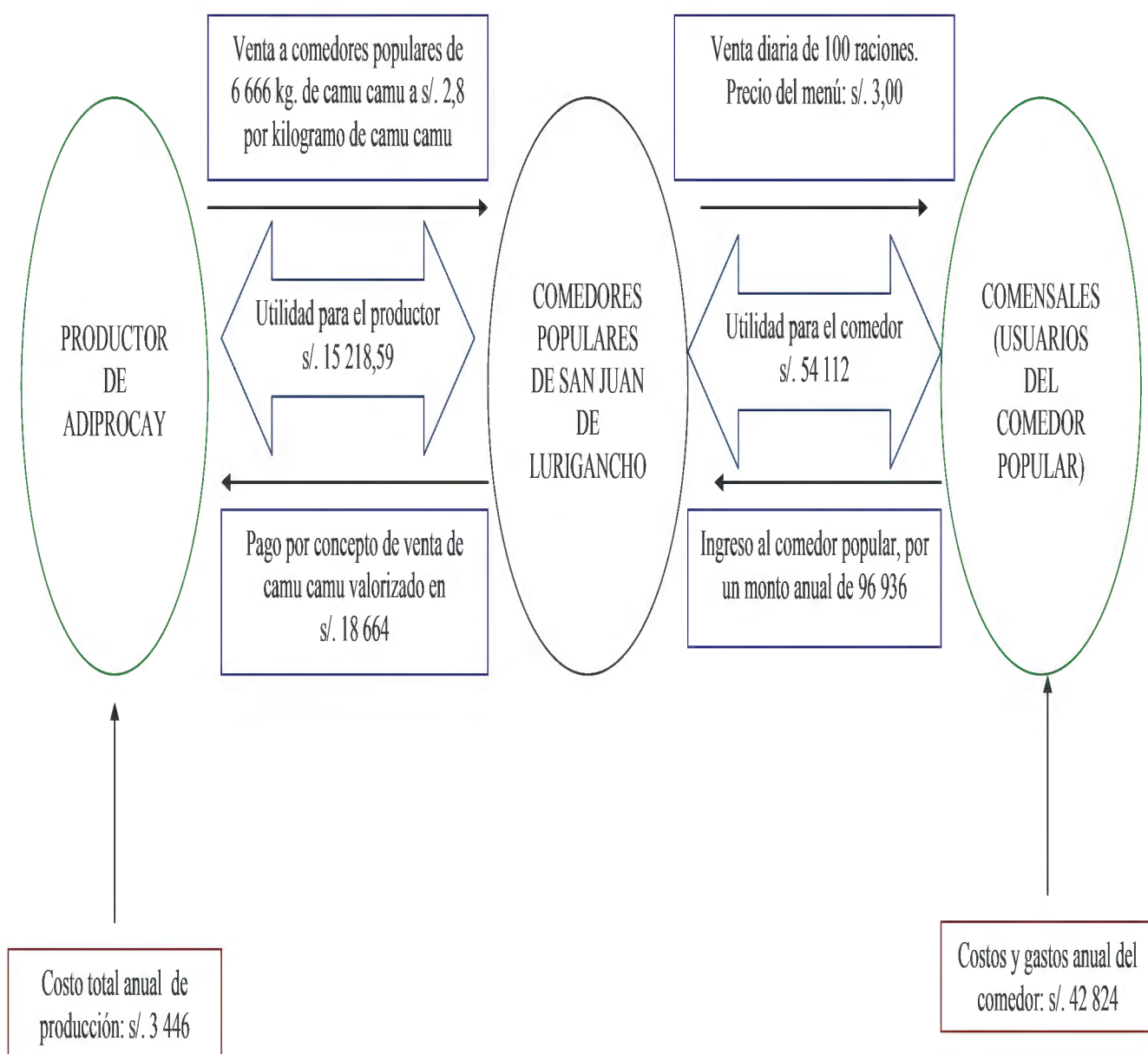
¹⁵ Los beneficios obtenidos para los cuadros 29 y 30 son ganancias no extraordinarias, además que como instituciones sociales no están sujetos a impuesto a la renta.

**CUADRO N° 31: CUADRO ECONÓMICO MENSUAL INCORPORANDO REFRESCO DE CAMU CAMU EN COMEDOR
POPULAR (EN SOLES CORRIENTES)**

| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Ingresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| VENTAS | 7500 | 7200 | 7800 | 7800 | 7500 | 7500 | 7500 | 7800 | 7800 | 7200 | 7500 | 7800 |
| Otros ingresos | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Filtrantes | 300 | 288 | 312 | 312 | 300 | 300 | 300 | 312 | 312 | 288 | 300 | 312 |
| Total Ingresos | 8000 | 7688 | 8312 | 8312 | 8000 | 8000 | 8000 | 8312 | 8312 | 7688 | 8000 | 8312 |
| | | | | | | | | | | | | |
| Egresos mensuales | | | | | | | | | | | | |
| Compra Alimentos | 1750 | 1680 | 1820 | 1820 | 1750 | 1750 | 1750 | 1820 | 1820 | 1680 | 1750 | 1820 |
| M.P (fruto camu camu) | 2545 | | | | 5090,4 | | | | 848,4 | | | |
| Costo de Transporte | 218,16 | | | | 436,32 | | | | 72,72 | | | |
| Recojo de Alimentos | 450 | 432 | 468 | 468 | 450 | 450 | 450 | 468 | 468 | 432 | 450 | 468 |
| Gas mensual | 262,5 | 252 | 273 | 273 | 262,5 | 262,5 | 262,5 | 273 | 273 | 252 | 262,5 | 273 |
| Luz | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| Agua | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Alquiler | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Total Egresos | 5436 | 2574 | 2771 | 2771 | 8199 | 2673 | 2673 | 2771 | 3692 | 2574 | 2673 | 2771 |
| Imprevistos (3%) | 163 | 77 | 83 | 83 | 246 | 80 | 80 | 83 | 111 | 77 | 80 | 83 |
| U.A.I | 2401 | 5037 | 5458 | 5458 | -445 | 5247 | 5247 | 5458 | 4509 | 5037 | 5247 | 5458 |

ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO N°25: FLUJO DE INGRESOS Y EGRESOS DE PRODUCTORES Y COMEDORES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO.



ELABORACION PROPIA

b.3 COMPARACIÓN DE UTILIDADES EN LOS CASOS : CON INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU VERSUS SIN LA INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU EN LOS COMEDORES POPULARES.

En el cuadro 31 se observa, que las utilidades anuales sin la incorporación del camu camu ascienden a 41 784 nuevos soles mientras que las utilidades anuales, incorporando el camu camu en la dieta diaria ofrecida, asciende a 54 112 nuevos soles. La diferencia de ambas utilidades es de 12 328 nuevos soles que sería la ganancia que obtendría el comedor popular que incurriese en dicha actividad de agronegocios.

CUADRO N° 32: COMPARACIÓN DE UTILIDADES (EN SOLES CORRIENTES)

| | |
|---|--------|
| UTILIDADES CON INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU | 54 112 |
| UTILIDADES SIN INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU | 41 784 |
| UTILIDADES INCREMENTALES | 12 328 |

ELABORACIÓN PROPIA

b.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD (VANE, TIRE, B/C, PRK)

Se mostrarán los indicadores de rentabilidad en un comedor como empresa autosuficiente con incorporación de camu camu y los indicadores de rentabilidad del análisis marginal, con incorporación y sin incorporación de camu camu

b.4.1 INDICADORES DE RENTABILIDAD PARA UN COMEDOR COMO EMPRESA AUTOSUFICIENTE CON INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU

Para hallar los indicadores de rentabilidad (VANE y TIRE) se tuvieron que considerar los cuadros 33 y 30 dado que están expresados en soles constantes. Se tuvieron que eliminar los efectos de las variaciones de los precios corrientes mensuales desde la fecha en que se empezó a elaborar los cuadros del presente estudio, es decir las cifras corrientes que componen el cuadro 33 se pasó a soles constantes (periodo base: febrero 2008) haciendo uso de los índices de precios al consumidor (IPC), obtenidos del instituto nacional de estadística e informática (INEI). Los índices de precios al consumidor (IPC) se podrán observar en el anexo 24

Se consideró una tasa anual de 12% como costo de oportunidad de capital para el valor actual neto económico (VANE), así como para la tasa interna de retorno económico (TIRE). De dicha tasa anual se obtuvo su correspondiente tasa mensual de 0,95%. Para dicha conclusión se hizo uso de la siguiente fórmula financiera:

$$i_{mensual} = (1 + i_{anual})^{\frac{1}{m}} - 1$$

Cabe resaltar que la relación Beneficio Costo (B/C) y el período de recuperación de capital (PRK) no consideran el valor del dinero en el tiempo y sus valores correspondientes fueron de 6,81 y 2,75. Estos indicadores fueron realizados tomando en cuenta el cuadro 33.

La inversión a realizar se podrá visualizar en el anexo 23. El total de desembolsos del mencionado cuadro de inversiones asciende a 5 495 nuevos soles.

**CUADRO N°33: FLUJO ECONÓMICO E INDICADORES DE RENTABILIDAD DE UN COMEDOR COMO EMPRESA
INDEPENDIENTE QUE INCORPORA REFRESCOS DE CAMU CAMU (EN SOLES CONSTANTES – BASE FEBRERO 2008)**

| MES | | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|-------------------------------|---------------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos mensuales | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas | | 7500 | 7125,77 | 7707,76 | 7679,01 | 7327,77 | 7287,31 | 7244,28 | 7491,69 | 7446,12 | 6851,95 | 7111,81 | 7388,54 |
| Otros ingresos | | 200 | 197,94 | 197,63 | 196,90 | 195,41 | 194,33 | 193,18 | 192,09 | 190,93 | 190,33 | 189,65 | 189,45 |
| Filtrantes | | 300 | 285,03 | 308,31 | 307,16 | 293,11 | 291,49 | 289,77 | 299,67 | 297,84 | 274,08 | 284,47 | 295,54 |
| Total Ingresos | | 8000 | 7608,74 | 8213,70 | 8183,07 | 7816,29 | 7773,13 | 7727,23 | 7983,45 | 7934,90 | 7316,36 | 7585,93 | 7873,53 |
| Egresos mensuales | | | | | | | | | | | | | |
| Compra Alimentos | | 1750 | 1662,68 | 1798,48 | 1791,77 | 1709,81 | 1700,37 | 1690,33 | 1748,06 | 1737,43 | 1598,79 | 1659,42 | 1723,99 |
| M.P (fruto camu camu) | | 2545,2 | | | | 4973,50 | | | | 809,91 | | | |
| Costo de Transporte | | 218,16 | | | | 426,30 | | | | 69,42 | | | |
| Recojo de Alimentos | | 450 | 427,55 | 462,47 | 460,74 | 439,67 | 437,24 | 434,66 | 449,50 | 446,77 | 411,12 | 426,71 | 443,31 |
| Gas mensual | | 262,5 | 249,40 | 269,77 | 268,77 | 256,47 | 255,06 | 253,55 | 262,21 | 260,61 | 239,82 | 248,91 | 258,60 |
| Luz | | 25 | 24,74 | 24,70 | 24,61 | 24,43 | 24,29 | 24,15 | 24,01 | 23,87 | 23,79 | 23,71 | 23,68 |
| Agua | | 35 | 34,64 | 34,59 | 34,46 | 34,20 | 34,01 | 33,81 | 33,62 | 33,41 | 33,31 | 33,19 | 33,15 |
| Alquiler | | 150 | 148,45 | 148,23 | 147,67 | 146,56 | 145,75 | 144,89 | 144,07 | 143,19 | 142,75 | 142,24 | 142,09 |
| Total Egresos | | 5436 | 2547,46 | 2738,23 | 2728,02 | 8010,93 | 2596,71 | 2581,38 | 2661,47 | 3524,61 | 2449,57 | 2534,17 | 2624,83 |
| Imprevistos (3%) | | 163 | 76,42 | 82,15 | 81,84 | 240,33 | 77,90 | 77,44 | 79,84 | 105,74 | 73,49 | 76,03 | 78,74 |
| U.A.I | | 2401 | 4984,85 | 5393,33 | 5373,21 | -434,97 | 5098,52 | 5068,41 | 5242,14 | 4304,54 | 4793,30 | 4975,73 | 5169,96 |
| Impuestos (30%) | | 720,32 | 1495,46 | 1618,00 | 1611,96 | -130,9 | 1529,56 | 1520,52 | 1572,64 | 1291,36 | 1437,99 | 1492,72 | 1550,99 |
| UTILIDAD NETA | | 1681 | 3489,40 | 3775,33 | 3761,25 | -304,48 | 3568,96 | 3547,89 | 3669,50 | 3013,18 | 3355,31 | 3483,01 | 3618,97 |
| Inversion | 5 495 | | | | | | | | | | | | |
| FLUJO DE FONDO | -5 495 | 1681 | 3489,40 | 3775,33 | 3761,25 | -304,48 | 3568,96 | 3547,89 | 3669,50 | 3013,18 | 3355,31 | 3483,01 | 3618,97 |
| COK ANUAL | 12% | | | | | | | | | | | | |
| COK MENSUAL | 0,95% | | | | | | | | | | | | |
| INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | | | | |
| VANE | S/. 28 611 | | | | | | | | | | | | |
| TIRE | 49% | | | | | | | | | | | | |

ELABORACIÓN PROPIA

A continuación mencionaremos las interpretaciones de los indicadores de rentabilidad, observados en el cuadro 33 para un comedor popular apoyado en los agronegocios y que tomaría la figura de un negocio independiente ante el recorte de la ayuda del gobierno.

VANE: El valor actual neto económico para el proyecto fue de S/. 28 611 nuevos soles. Esto quiere decir que después de haber recuperado la inversión y el costo de oportunidad del dinero en el tiempo todavía se tiene una ganancia¹⁶ equivalente a dicho monto mencionado.

TIRE: La tasa interna de retorno económico para el proyecto fue de 49%. Esta tasa de rentabilidad se obtuvo igualando el valor actual neto a cero. Es una ganancia que va por el lado del interés que se obtendría si se incursionaría en dicho proyecto.

B/C: La relación Beneficio-Costo de 6,81 obtenida menciona que las utilidades obtenidas contienen 6,81 veces los desembolsos de dinero en el periodo considerado.

PRK: El periodo de recuperación del capital indica que el tiempo requerido para que se recupere la inversión realizada es de 2,75 meses. A partir de dicha fecha se obtendrán utilidades.

El precio de compra de camu camu en chacra resultado de la crisis mundial ampliamente conocida ha bajado a s/. 1,40 en chacra (Enero 2010) resultado de una disminución en las compras. Se ha realizado un análisis de sensibilidad con dicho precio, el cual el VAN ha resultado 31 471 y el TIRE 56%, siendo dichos indicadores alentadores para los comedores populares que comprarían dicho producto para incorporarlos en la dieta diaria a ofrecerse. Los productores también obtendrían beneficios, puesto que dichas cantidades excedentes que no eran comercializados, podrán ser traídos a Lima y obtener un ingreso adicional por dicha actividad.

¹⁶ Las ganancias obtenidas en el valor actual neto (VAN) son llamadas en el ámbito económico ganancias extraordinarias. Dichas ganancias son obtenidas después de recuperar el valor del dinero en el tiempo, mientras que las ganancias no extraordinarias son beneficios comunes que se obtendría ante cualquier transacción normal de compra y venta. Por ejemplo las ganancias obtenidas en una bodega se considerarían ganancias normales o no extraordinarias.

b.4.2 INDICADORES DE RENTABILIDAD PARA EL FLUJO MARGINAL (CON INCORPORACIÓN Y SIN INCORPORACIÓN DE CAMU CAMU)

Los cuadros 29 y 30 presentan cifras en soles corrientes. Dichas cifras fueron convertidos a soles constantes con la ayuda de los índices de precios al consumidor observados en el anexo 25, cabe resaltar que el periodo base es febrero del 2008.

Por tanto las cifras observadas en el cuadro 33 se presentan en soles constantes a fin de calcular los indicadores de rentabilidad en el análisis marginal.

En el cuadro 34 se puede observar el flujo incremental, teniendo en cuenta que el mes 1 se refiere al mes en que se iniciarán las actividades con el primer envío de materia prima (camu camu en fruto), es decir en febrero. Dicho cuadro presenta un valor actual neto de 10 960 soles, esto quiere decir que la actividad adicional (incorporación del camu camu) crea una ganancia extraordinaria de 10 960 soles en comparación de la actividad actual, ordinaria, habitual; además su tasa interna de retorno es de 147%.

Los indicadores de rentabilidad del análisis incremental son muy ventajosos para el agronegocio propuesto en el presente estudio.

CUADRO 34: FLUJO INCREMENTAL (EN SOLES CONSTANTES) E INDICADORES DE RENTABILIDAD

| | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|
| UTILIDADES (INCORPORANDO CAMU CAMU) | 2401 | 4984,85 | 5393,33 | 5373,21 | -434,97 | 5098,52 | 5068,41 | 5242,14 | 4304,54 | 4793,30 | 4975,73 | 5169,96 |
| UTILIDADES (SIN INCORPORAR CAMU CAMU) | 3447,325 | 3274,666 | 3543,464 | 3530,249 | 3368,159 | 3349,563 | 3329,786 | 3444,131 | 3423,184 | 3148,831 | 3268,894 | 3396,71 |
| INCREMENTAL | -1046 | 1710,18 | 1849,86 | 1842,96 | -3803 | 1748,95 | 1738,63 | 1798,01 | 881 | 1644,47 | 1706,83 | 1773,25 |

| INDICADORES ECONÓMICOS | |
|------------------------|---------------|
| VANE | S/. 10 960,54 |
| TIRE | 147% |

ELABORACIÓN: PROPIA

4.4.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad realizado se corrió en una hoja de cálculo como Excel. La ventaja de son los diferentes resultados que se obtienen cuando por ejemplo se modifican en la base de datos, precios de venta, de insumo, etc .

El cuadro 35 nos informa que si el precio del camu camu en el distrito de Yarinacocha (departamento de Ucayali) sube a s/ 6,5 solo se obtendría anualmente utilidades incrementales de s/. 781 y si el mercado aumentaria el precio de compra de camu camu en chacra a 7 soles se dejarían de percibir ganancias incrementales, lo cual se concluye que no sería rentable seguir con el agronegocio propuesto.

CUADRO N° 35: PRECIO MÁXIMO SOPORTABLE DE COMPRA DE MATERIA PRIMA (CAMU CAMU)

| | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPT | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMB | TOTAL |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| UTILIDAD NETA (CON CAMU CAMU) PRECIO FRUTO S/ 6,5 | -1063,13 | 5036,78 | 5457,87 | 5457,87 | -7373,59 | 5247,33 | 5247,33 | 5457,87 | 3354,38 | 5036,78 | 5247,33 | 5457,87 | 42564,67 |
| UTILIDAD NETA (SIN CAMU CAMU) P=2,4 SOLES | 3585,87 | 3447,33 | 3308,78 | 3585,87 | 3585,87 | 3447,33 | 3447,33 | 3447,33 | 3585,87 | 3585,87 | 3308,78 | 3447,33 | 41783,54 |
| DIFERENCIAL | -4649,0 | 1589,5 | 2149,1 | 1872,0 | -10959,5 | 1800,0 | 1800,0 | 2010,5 | -231,5 | 1450,9 | 1938,5 | 2010,5 | 781,1 |

FUENTE: PROPIA
ELABORACIÓN PROPIA

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1) Los puntajes de aceptación, para los productos limón, naranja, maracuyá y camu camu fueron de 84,6; 112,2; 112; y 140,4 respectivamente. La aceptación del refresco de camu camu por parte de los comensales fue aceptado en los comedores populares evaluados concluyendo que existen las bases para la demanda hacia su consumo en el distrito de San Juan de Lurigancho.

2) Existe demanda comprobada con disponibilidad monetaria para el consumo del camu camu en los comedores populares estudiados. Según los resultados de la segunda encuesta realizada a 66 comensales, 17 de los encuestados mencionaron que estaban dispuestos a aumentar 0,20 céntimos mas al precio actual del menú; 16 de los encuestados estarían dispuestos a añadir 0,50 céntimos; 19 de los encuestados mencionaron que estaban dispuestos hacer un esfuerzo y añadir 0,80 céntimos al valor del menú; y lo 5 de los encuestados mencionaron pueden ofrecer 1 nuevo sol adicional al precio del menú.

3) Las cantidades de fruto requeridas para la comercialización con destino hacia San Juan de Lurigancho es de 6,7 T.M anuales aproximadamente, es decir ello representa sólo el 4,1% del total producido por ADIPROCA Y, en la cual posee una oferta efectiva de 162,75 toneladas métricas y una oferta potencial de 532,5 toneladas métricas, tomando en cuenta el rendimiento de 3,056 T.M/Ha. Cabe recordar que en base al trabajo de campo realizado en el distrito de Yarinacocha se comprobó insitu que existen campos agrícolas que pueden producir 12 T.M/Ha.

4) Existen utilidades incrementales de 12 328 nuevos soles corrientes en un año operativo como resultado de adoptar la comercialización del camu camu hacia los

comedores populares de San Juan de Lurigancho desde el distrito de Yarinacocha (Ucayali). Dichas utilidades incrementales se ha calculado en base a un precio de compra en chacra de camu camu de 2,8 soles. El precio máximo de compra de camu camu en chacra, para que sigan existiendo utilidades en este agronegocio, es de 6,5 nuevos soles. Un precio por encima de ese nivel ocasionaría que las utilidades incrementales desaparezcán no existiendo razones de rentabilidad para seguir con el negocio evaluado.

5) Se ha demostrado que existe demanda con su correspondiente oferta para impulsar un determinado agronegocio como es la comercialización de camu camu desde Yarinacocha (Ucayali) hacia San Juan de Lurigancho (Lima) usando solo el 4,1% de la producción total de la asociación de productores de Yarinacocha (ADIPROCA Y).

6) La conclusión final es la afirmación de la existencia de bases económicas (demanda, oferta, aceptación del producto, rentabilidades) para el agronegocio propuesto en base a la comercialización del camu camu, desde el distrito de Yarinacocha (Pucallpa – Ucayali) hacia los comedores populares de San Juan de Lurigancho (Lima) teniendo como proveedores del producto a la asociación de productores de camu camu de dicho distrito (ADIPROCA Y) en estrecha relación con el instituto de investigación de la amazonia peruana (IIAP – sede Pucallpa). Este se el primer estudio realizado en cuanto al tema, abriendo ideas de nuevos negocios y nuevos caminos para el fortalecimiento del mercado interno que nos llevará al fortalecimiento de las organizaciones en nuestro país.

5.2 RECOMENDACIONES

- El tipo de camu camu que se recomienda como prioritario para la comercialización es el tipo arbustivo, por las mayores cantidades de ácido ascórbico que posee en comparación con el camu camu arbóreo, no obstante la oferta efectiva de este último en los ríos y lagunas del departamento de Ucayali sigue siendo alentadoras, pues se podría considerar como fuente de materia prima opcional hacia los comedores populares de San Juan de Lurigancho antes que estos frutos se pierdan en los ríos o lagunas como viene sucediendo en la actualidad (enero, 2010).

- Se recomienda realizar un estudio de comercialización hacia Lima con camu camu arbóreo, sabiendo que en un trabajo de investigación (insitu) se comprobó que existen grandes extensiones de rodales naturales de camu camu de este tipo en la comunidad Caco Macayo que está situado a un día de viaje en peque peque desde el puerto Callao – Yarinacocha - en Pucallpa y que lo lamentable es que dicha producción de camu camu no están siendo comercializadas, perdiéndose casi la totalidad del fruto en las profundidades de la laguna de Yarinacocha en los meses de enero, febrero y marzo.

- La asociación de productores de camu camu de Yarinacocha “ADIPROCA Y” necesita integrar a sus filas otras comunidades de la misma zona con el propósito de manejar mejores precios y aumentar la oferta existente.

- Es de suma importancia establecer políticas de publicidad en Lima e iniciar acciones para dar a conocer en un mayor grado el producto camu camu, así como sus beneficios y grandes ventajas que posee, abriendo opciones para que el ingenio emprendedor de nuestros compatriotas logre crear nuevos puestos de trabajo con la comercialización del camu camu en sus diversas formas, fomentando otros agronegocios con el referido producto.

- Se recomienda al sector gubernamental seguir líneas de acción con el objetivo de promover y ampliar áreas productivas en Yarinacocha con el propósito de disminuir la brecha existente entre la oferta y la demanda tanto interna como externa.

- Se necesita la participación de las municipalidades para iniciar proyectos de agronegocios con el producto camu camu dándole valor agregado con el propósito de fomentar puestos de trabajos en sus jurisdicciones, vía comercialización del camu camu en sus variadas formas de presentación (mermeladas, yogurt, néctares, etc), el cual se podrían ofrecer en Lima a estratos económicos pudientes (A y B) con el respaldo de la comuna involucrada, creando confianza en los consumidores y aprovechando la ventaja que dichas personas por su formación académica o cultural están informados de los beneficios del respectivo producto.

BIBLIOGRAFIA

- ☞ CARLIER MARTIJN Y WILLEM JANSSEN. 1991. preferencias de usuarios versus preferencias de mejoradores: uso de análisis combinatorio en la investigación agrícola.

- ☞ CENTRAL DE COMEDORES AUTÓNOMOS DE SAN JUAN DE LURIGANCHO, Memoria. Julio 1999. Encuentro de comedores populares”,.

- ☞ CHACALTANA JUAN. Setiembre, 2001. Mas allá de la focalización. Riesgos de la lucha contra la pobreza en el Perú. Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES).

- ☞ DEMUS, Mujer y Sociedad. Septiembre 2002. Construyendo vigilancia y control ciudadano - Vigilancia Alimentaria -.

- ☞ ENCISO RAFAEL y VILLACHICA HUGO. 1993. Producción y manejo de plantas injertadas de camu camu en vivero.

- ☞ GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI. 2007. Estudio de mercado del camu camu

- ☞ INSTITUTO DE INVESTIGACION DE LA AMAZONIA PERUANA (IIAP). Agosto 2001. Sistema de producción de camu camu en restinga. .

- ☞ INSTITUTO DE INVESTIGACION DE LA AMAZONIA PERUANA (IIAP). Yarinacocha, 2006. Diagnóstico de los productores de camu camu pertenecientes a ADIPROCA Y

- ☞ INSTITUTO DE INVESTIGACION DE LA AMAZONIA PERUANA (IIAP), Ucayali, 2001. Sistema de producción de camu camu en restinga. Programa de ecosistemas terrestres. Proyecto Bioexport - Camu Camu.

- ☞ INCAFAN 2002. Seguridad alimentaria.

- ☞ INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN AGRARIA (INIA). Pucallpa 1997. Tecnología del cultivo de camu camu (*myrciaria dubia hbk mc vaugh*) en la amazonía peruana. Estación Experimental Pucallpa. CTAR-Ucayali.

- ☞ LÓPEZ, M. 2005. Perfil de la cadena de camu camu. dirección general de promoción agraria. Ministerio de Agricultura. Lima – Perú.

- ☞ LÓPEZ A. Pucallpa. 2006. Asistencia técnica en el establecimiento y manejo sostenible de camu camu injerto (*myrciaria dubia h.b.k.*) en las provincias de coronel portillo y padre abad.

- ☞ LÓPEZ, A. Ucayali - Perú 2005. manual técnico de camu camu. instituto de investigaciones de la amazonía peruana

- ☞ MINCETUR – USAID – PROYECTO CRECER. 2005. Plan Operativo de Producto camu camu – región Ucayali. Lima. 23 pp.

- ☞ MINISTERIO DE AGRICULTURA. MARZO 2000. Programa Nacional de camu camu 2000 – 2020. Lima Perú

- ☞ NINAHUANCA VILLANUEVA, OSCAR UNMSM 1995. Estudio químico bromatológico comparativo de la *Myrciaria Dubia hbk* (arbusto) y la *Myrciaria sp* (árbol) de la región Ucayali..

- ☞ ORGANIZACIÓN PARA LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN. 2001. El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo.

- ☞ PINSTRUP ANDERSEN, PER Y PANDYA LORCH, RAJUL. 2002. La agenda inconclusa, instituto internacional de investigación sobre políticas alimentarias,

- ☞ POLLEDO, JOSÉ FRANCISCO. 2002. Gestión de la seguridad alimentaria. análisis de su aplicación efectiva,.

- ☞ RIVA RUIZ, RITA. 2001 Diagnostico del cultivo del camu camu en la región Ucayali. Ministerio de Agricultura – Dirección de promoción. agraria.

- ☞ RIVA RUIZ, RITA. 2003. Indicadores determinantes para siembra de camu camu en suelos aluviales de Ucayali. Ministerio de Agricultura,.

- ☞ VEGA VIZCARRA, RODNEY. IIAP 2003. Tecnologías de valor agregado para camu camu en Ucayali.

ANEXOS

ANEXO 1 :

CENSO DE CAMU CAMU EN YARINACOCHA

(Ministerio de Agricultura)

La sede Yarinacocha cuenta con 280 beneficiarios de los cuales 208 han sido encuestados. La sede Yarinacocha, cuenta con 4 sectores, cada sector con sus respectivos caseríos, las cuales están divididas de la siguiente manera: El sector Soledad con 10, Bellavista con 11 y el sector Panaillo con 7 caseríos.

NÚMERO TOTAL DE PLANTAS EXISTENTES, ÁREAS SEMBRADAS

Entre estos caseríos existen: 146 776 plantas distribuidas de la siguiente manera 37 471 plantas en el sector Soledad, 36 025 plantas en el sector Bellavista, 31 036 plantas en el sector Santa Rosa y 41 644 plantas en el sector Panaillo. En estos caseríos la distribución de las plantas han sido uniforme.

ESTADO FENOLÓGICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU

De las 146 176 plantas, 115 852 (104,28 hectáreas) se encuentran en la fase de crecimiento que representa el 79% del área total sembrada.

En la fase floración se cuenta con 17 063 (15,36 ha) con el 9,0% de fructificación siendo las mayores áreas de fructificación en los sectores de Santa Rosa, Panaillo, Bellavista y Soledad, existiendo cierta tendencia a mayor porcentaje de fructificación en los próximos meses.

ESTADO ACTUAL DE LAS PARCELAS AL 2004

Existen 210,68 hectáreas sembradas de las cuales 120,39 se encuentran en buen estado de conservación que representa el 57% del área total, 20,58 hectáreas están en condiciones de poder recuperar que representa el 10% y 69,70 hectáreas se consideran no

recuperables o perdidas que representa el 33% del área total sembrada, siendo la mayor área perdida en los sectores de Bellavista 32,31; Panaillo 19,44 y Santa Rosa con 14,09 hectáreas perdidas respectivamente y una mínima cantidad en el sector Soledad que es de 3,87 hectáreas.

| | Has Sembradas | ESTADO DE LA PARCELA | | |
|--------------------------------|---------------|----------------------|---------------|----------------|
| | | MANTENIDA | POR RECUPERAR | NO RECUPERABLE |
| SOLEDAD | | | | |
| Primavera | 10 | 10 | 0 | 0 |
| 2 de Mayo | 2 | 0,18 | 0 | 1,82 |
| Parcelación Unión | 2 | 1,54 | 0,46 | 0 |
| Nueva Magdalena | 5,43 | 5,21 | 0,21 | 0 |
| Shirambari | 2,29 | 0,59 | 0,85 | 0,85 |
| La Florida | 3,50 | 3,22 | 0,08 | 0,20 |
| Santa Isabel | 0,95 | 0,93 | 0,02 | 0 |
| Km.6 Radar | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Km. 11 | 10 | 10 | 0 | 0 |
| Km. 12.4 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| TOTAL | 38,16 | 32,67 | 1,62 | 3,87 |
| BELLAVISTA | | | | |
| El Tambo | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pueblo Libre | 5,62 | 2,26 | 0,46 | 2,90 |
| Bellavista | 12,46 | 8,37 | 1,15 | 2,94 |
| Leoncio Prado | 13,41 | 3,98 | 0,26 | 9,17 |
| Mariscal Sucre | 5,22 | 0,23 | 0,02 | 4,98 |
| Centro América | 3 | 0,36 | 0,54 | 2,10 |
| Las Brisas | 5,27 | 1,93 | 1,55 | 1,79 |
| 11 de Agosto | 14,08 | 6,88 | 0 | 7,20 |
| Nueva Luz de Fátima | 3,09 | 1,66 | 0,20 | 1,23 |
| TOTAL | 62,16 | 25,67 | 4,18 | 32,31 |
| SANTA ROSA | | | | |
| 7 de Junio | 11,06 | 7,87 | 0,92 | 2,27 |
| San Juan | 16,36 | 10,49 | 1,05 | 4,82 |
| Cashibococha | 2,16 | 1,87 | 0,29 | 0 |
| San Pablo de Tushmo | 4,38 | 2,51 | 0,77 | 1,09 |
| Santa Rosa | 8,86 | 3,30 | 0,66 | 4,91 |
| CC.NN San Francisco | 1 | 0 | 0 | 1 |
| TOTAL | 43,82 | 26,04 | 3,69 | 14,09 |
| PANAILLO | | | | |
| Nueva Alejandría | 15,23 | 5,10 | 3,85 | 6,28 |
| Esperanza de Panaillo | 19,71 | 9,55 | 0,89 | 9,27 |
| Padre Bernardo | 16,36 | 15,10 | 0,26 | 1 |
| Sr. de los Milagros | 4,70 | 2,56 | 2,14 | 0 |
| Nuevo Paris | 8,99 | 2,90 | 3,20 | 2,89 |
| Alfonso Ugarte | 0,05 | 0,05 | 0 | 0 |
| CC.NN Santa Clara | 1,50 | 0,75 | 0,75 | 0 |
| TOTAL | 66,54 | 36,01 | 11,09 | 19,44 |
| TOTAL SEDE YARINACOCCHA | 210,68 | 120,39 | 20,58 | 69,70 |

FUENTE: MINAG, 2004

FACTORES QUE OCASIONARON PÉRDIDAS DE LAS ÁREAS SEMBRADAS

Los beneficiarios manifestaron en el mayor porcentaje que las pérdidas se debe en gran parte por el mal manejo de las plantaciones, es decir falta de asistencia técnica, continúa seguido por incendio sedimentación y nivel de agua.

ANEXO 2: CUESTIONARIO ELABORADO EN LA PRIMERA ENCUESTA REALIZADA

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

COMEDOR: MADRES UNIDAS POR EL PERÚ

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

1) Edad:.....

2) Sexo:

- a) Masculino
- b) Femenino

3) ¿Qué nivel de importancia le asignaría ud. al refresco como parte de la dieta diaria en el comedor popular?

- a) Poco importante
- b) Importante
- c) Muy importante

PRODUCTO: LIMÓN

4) Con respecto a la manejabilidad del producto en mención (dificultad para modificarlo hacia refrescos), ud. cree que:

- a) Es poco manejable
- b) Normal
- c) Es muy manejable

5) Al transformarlo en refresco y observar el color resultante de la bebida, ud cree que:

- a) Es poco vistoso
- b) Es vistoso
- c) Es muy vistoso

6) Al degustar el refresco resultante, a ud. le pareció:

- a) Poco agradable
- b) Agradable
- c) Muy agradable

PRODUCTO: NARANJA

7) Con respecto a la manejabilidad del producto en mención (dificultad para modificarlo hacia refrescos), ud. cree que:

- a) Es poco manejable
- b) Normal
- c) Es muy manejable

8) Al transformarlo en refresco y observar el color resultante de la bebida, ud cree que:

- a) Es poco vistoso
- b) Es vistoso
- c) Es muy vistoso

9) Al degustar el refresco resultante, a ud. le pareció:

- a) Poco agradable
- b) Agradable
- c) Muy agradable

PRODUCTO: MARACUYA

10) Con respecto a la manejabilidad del producto en mención (dificultad para modificarlo hacia refrescos), ud. cree que:

- a) Es poco manejable
- b) Normal
- c) Es muy manejable

11) Al transformarlo en refresco y observar el color resultante de la bebida, ud. cree que:

- a) Es poco vistoso
- b) Es vistoso
- c) Es muy vistoso

12) Al degustar el refresco resultante, a ud. le pareció:

- a) Poco agradable
- b) Agradable
- c) Muy agradable

PRODUCTO: CAMU CAMU

13) Con respecto a la manejabilidad del producto en mención (dificultad para modificarlo hacia refrescos), ud. cree que:

- a) Es poco manejable
- b) Normal
- c) Es muy manejable

14) Al transformarlo en refresco y observar el color resultante de la bebida, ud. cree que:

- a) Es poco vistoso
- b) Es vistoso
- c) Es muy vistoso

15) Al degustar el refresco resultante, a ud. le pareció:

- a) Poco agradable
- b) Agradable
- c) Muy agradable

NOMBRE:

DNI:

Para el encuestador: completar los cuadros siguientes, de la información obtenida de las tres hojas anteriores en las que se evaluaron los productos: limón, naranja, maracuyá y camu camu



Investigación de mercados

ANEXO 3

ESTRUCTURA DE CUADROS DE RESÚMEN

ENCUESTA

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

*NIVELES: 0 , 1 , 2

*ATRIBUTOS: MANEJABILIDAD, COLOR REFRESCO, SABOR DEL REFRESCO

* PERFILES DE PRODUCTOS: LIMÓN, NARANJA, MARACUYÁ, CAMU CAMU

| NIVEL | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-------|-------------------------|----------------|----------------|
| 0 | Poco manejable | Poco vistoso | Poco Agradable |
| 1 | Normal | Vistoso | Agradable |
| 2 | Muy manejable | Muy Vistoso | Muy agradable |

DE ACUERDO AL CUADRO ANTERIOR COLOQUE EL PUNTAJE SEGÚN SEA EL CASO EN LA SIGUIENTE TABLA

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMON | | | |
| NARANJA | | | |
| MARACUYÁ | | | |
| CAMU CAMU | | | |

ANEXO 4

RESUMEN DE RESPUESTAS DE LA PRIMERA ENCUESTA

Nº 1

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: KARIN VALVERDE LECA

EDAD: 18

DNI. 45273219.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 2

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: GRACIELA DIAZ FERNANDEZ

EDAD: 22

DNI: .44553291.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 0 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 0 | 1 | 1 |

Nº 3

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: NANCY CASTILLO PORRAS

EDAD: 32

DNI: 10130108.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 4

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ROSA CUMPA

EDAD: 33

DNI: 10363835.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 5

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JULIO F. HIDALGO CHURAMPI

EDAD: 44

DNI: 20649421.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 0 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 6

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARIA RAMOS POZO

EDAD: 30

DNI: 80270103.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 7

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ESTELA HIDALGO LEÓN

EDAD: 23

DNI: 43502945.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 8

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: BERTHA ZAMBRANO DE HIDALGO

EDAD: 63

DNI: 20649420.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 9

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: FERNANDO CHOTA CRISTOBAL

EDAD: 28

DNI: 40287399.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 10

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: FELICIANA CRISTOBAL LAZO

EDAD: 63

DNI: 08343438.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 11

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JUAN CARLOS GARCIA PALACIOS

EDAD: 23

DNI: 42521224.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 12

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: IRMA V. CÓRDOVA ANDRADE

EDAD: 35

DNI: 20662683.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 13

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: BENITO HIDALGO ZAMBRANO

EDAD: 41

DNI: 20649421.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 14

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: NORA RIVAS LÓPEZ

EDAD: 43

DNI: 20647881.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 15

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: VICTOR RAÚL ALARCON GALINDO

EDAD: 53

DNI: 09246934.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 16

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: CONSUELO AQUIJE REYES

EDAD: 58

DNI: 09246534.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 2 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 17

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: VICTOR AUGUSTO ALARCON AQUIJE

EDAD: 22

DNI: 44673284.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 2 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 18

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: NELLY CARMEN ALARCÓN AQUIJE

EDAD: 18

DNI: 460446819.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 1 |

Nº 19

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: EDITH MATOS

EDAD: 41

DNI: 19992020.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 20

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: LAURA M. BALTAZAR GUERRA

EDAD: 47

DNI: 09245884.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 21

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JULIO F. HIDALGO CHURAMPI

EDAD: 65

DNI: 09209322.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 22

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MAXIMILIANA VALVERDE MENDOZA

EDAD: 66

DNI: 09458713.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 23

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: SEGUNDO SORIANO CUEVA

EDAD: 42

DNI: 27407906.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 24

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: PERCY ALVAREZ LOBATON

EDAD: 32

DNI: 08001206.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 0 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 25

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARIA FARFAN ROMERO

EDAD: 28

DNI: 44492193.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 26

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JORGE AGUIRRE PAZ

EDAD: 56

DNI: 08086767.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 2 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 0 | 1 | 2 |

Nº 27

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JOSÉ LUIS MENDOZA

EDAD: 47

DNI: 19232368.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 28

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ANA R. VELA

EDAD: 72

DNI: 07158494.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 29

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: LEIDEL SOONoyENDO H.

EDAD: 58

DNI: 08297680.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 0 | 1 | 1 |

Nº 30

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: VICTOR FERNANDEZ

EDAD: 38

DNI: 08692577.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 1 |

Nº 31

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: AQUILES HUANCA LAURA

EDAD: 26

DNI: 41713388.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 0 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 0 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 0 | 1 |

Nº 32

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MAYCKOL CHOMBO FIGUEREDO

EDAD: 22

DNI: 15131645.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 33

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ENZO VELIT

EDAD: 32

DNI: 10454874.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 34

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: BERNARDA RIOY LUCAS

EDAD: 53

DNI..10435940.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 35

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: BENEDICTO CHICASACA

EDAD: 42

DNI: ...08309605.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 36

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ZOILA GABRIELA RAMÍREZ

EDAD: 29

DNI: 40206753.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 37

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: IRMA LUZ YANAYACO CÓRDOVA

EDAD: 53

DNI: .04011861.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 0 | 1 | 2 |

Nº 38

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JAIME CONDORI CHICASACA

EDAD: 36

DNI: .09661294.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMON | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 2 |
| MARACUYA | 2 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 39

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: TERESA GONZÁLES ARONILA

EDAD: 64

DNI: .08344624.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMON | 1 | 2 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 2 |
| MARACUYA | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 40

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARINA LEÓN B.

EDAD:50

DNI: .08336461.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 2 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 41

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: SILVIA MEDINA JIMÉNEZ

EDAD: 22

DNI: 43814614.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 42

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: BERTHA ALARCÓN ALCARRÁZ

EDAD: 28

DNI: 44978313.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 43

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: DORA FLORES DE PAUCA

EDAD:

DNI: 08341374.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 44

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: LUCILA JIMÉNEZ RAMÍREZ

EDAD: 59

DNI:09556533.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 45

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: RUTH ÁNGELA MEDINA

EDAD: 24

DNI: 42460124.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 46

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ANA CÁCERES RÍOS

EDAD:

DNI: 09320229.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 2 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 47

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JOSEFINA SERNAQUE

EDAD: 50

DNI: 09209357.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 2 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 48

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: DAMIANA ANCAS

EDAD: 66

DNI: 08336971.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 49

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ERNESTO CONTRERAS

EDAD: 42

DNI: 09202540.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 50

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JUDITH ESTACION

EDAD:43

DNI: 09322264.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 1 |

Nº 51

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MACEDONIO MUÑOZ

EDAD: 73

DNI: 08284771.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 52

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: LUIS MELGAREJO POZO

EDAD: 48

DNI: 04011643.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 53

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ANA MARÍA MEDINAS

EDAD: 45

DNI: 08017775.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 2 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 54

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ENRIQUE TICA CENTENO

EDAD: 35

DNI: 09665512.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 2 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 55

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: ANALIA CAMPOS

EDAD: 30

DNI: 80564950.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 2 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 56

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARINA GELDRES PARRA

EDAD: 25

DNI: 40548745.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 2 | 2 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 57

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARIA DEL ROSARIO, SANDOVAL CHAMAYA

EDAD:

DNI: 13458456.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 58

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: GUSTAVO

EDAD: 18

DNI: 12145875.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 59

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: JAVIER QUIÑONES

EDAD: 36

DNI: 41578524.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

Nº 60

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: LUIS HUALLPATUERO

EDAD: 32

DNI: 18457452.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 1 | 2 |

Nº 61

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: FAIR

EDAD: 27

DNI: 41245123.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 2 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 1 |

Nº 62

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: WILLI HERRERA RIVERA

EDAD: 38

DNI: 04785422.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 63

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: WILDER SILVERA

EDAD: 31

DNI: 10474452.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 1 | 1 |
| NARANJA | 0 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 2 | 2 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 64

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: CLAUDIA VELIT

EDAD: 20

DNI: 42874984.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 2 |
| NARANJA | 1 | 2 | 2 |
| MARACUYÁ | 1 | 2 | 2 |
| CAMU CAMU | 1 | 2 | 2 |

Nº 65

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: MARCOS MUDARRA SILVA

EDAD: 24

DNI: 18745174.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 0 | 0 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 1 |
| MARACUYÁ | 1 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 1 | 1 | 2 |

Nº 66

TEMA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRITO: SAN JUAN DE LURIGANCHO, URB: LAS FLORES

NOMBRE: CARLOS GRANDA MERINO

EDAD: 28

DNI: 40012473.....

| PRODUCTO | MANEJABILIDAD DEL FRUTO | COLOR REFRESCO | SABOR |
|-----------|-------------------------|----------------|-------|
| LIMÓN | 1 | 1 | 1 |
| NARANJA | 1 | 1 | 2 |
| MARACUYÁ | 2 | 1 | 1 |
| CAMU CAMU | 2 | 2 | 2 |

ANEXO 5

ENCUESTA PARA EVALUAR LA DEMANDA DE CAMU CAMU EN LOS COMEDORES POPULARES DE SAN JUAN DE LURIGANCHO

ENCUESTA N°.....

* INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

* COMEDORES POPULARES DE S.J.L

1) En una escala del 1 al 5 dónde se situaría ud. en la pregunta ¿usa cítricos en la preparación de bebidas?

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

2) ¿Con cuánta frecuencia consume cítricos?

- a) _____ Veces por semana
- b) _____ Veces por mes
- c) Raramente

3) ¿Qué cítricos mas usaría en la preparación de bebidas? (suponiendo misma estacionalidad)

- a) Limón
- b) Maracuyá
- c) Naranja
- d) Otros Cítricos (especifique)

.....

4) ¿Qué nivel de importancia le asignaría a la inclusión del camu camu en la dieta diaria de su comedor popular?

- a) Sin importancia
- b) Indiferente
- c) Poco importante
- d) Importante

e) Muy importante

5) ¿Estaría dispuesto a consumir camu camu en la forma de refresco en su comedor popular?

a) _____ Si

b) _____ Indiferente

b) _____ No porque? _____

6) ¿Cuántas veces a la semana le gustaría tomar refrescos de camu camu en su comedor popular?

a) Indiferente

b) ___ veces por semana

c) Diariamente

7) ¿Cuánto está dispuesto añadir al costo del menú si se incluiría el camu camu en la dieta diaria de su comedor popular?

a) No tengo posibilidad

b) 0.20 Céntimos

c) 0.50 Céntimos

d) 0.80 Céntimos

e) 1.00 Nuevo sol

ANEXO 6

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN EN TRABAJO DE CAMPO.

CUESTIONARIO

Programa de Ordenamiento Ambiental - POA
Evaluación Económica de Proyectos

EVALUCACION ECONOMICA DE LAS PLANTACIONES DE CAMU CAMU EN EL DEPARTAMENTO DE UCAYALI.

A. Datos Generales

- 1) CUESTIONARIO N° _____ 2) FECHA: _____ DE NOVIEMBRE 2006.
- 3) NOMBRE DE LA PLANTACIÓN / PARCELA: _____
- 4) UBICACIÓN GEOGRÁFICA:
- KM. CARRETERA DE REFERENCIA: _____
- CENTRO POBLADO: _____ DISTRITO: _____ PROVINCIA: _____
- COORDENADAS: ESTE: _____ NORTE: _____

B. Datos de la Plantación

- 5) ¿CUANTAS HA. TIENE SU PLANTACIÓN? _____
- 6) ¿QUÉ ESPECIE SIEMBRA?
- a) ARBÓREO _____
- b) ARBUSTIVO _____
- 7) ¿CUÁNTAS HA. TIENE EN PRODUCCIÓN? _____
- 8) ¿CUÁNTAS PLANTAS POR HA. DE CAMU CAMU TIENE? _____
- 9) ¿CUÁL ES EL DISTANCIAMIENTO DE LAS PLANTAS? _____
- 10) ¿QUÉ TIPO DE PLANTACIÓN?
- a) MONOCULTIVO _____
- b) ASOCIADO: _____

- 11) ¿HACE CUANTOS AÑOS QUE TIENE ESTA PLANTACIÓN? _____

C. Datos de Producción.

12) ¿CUÁL ES EL PERÍODO DE COSECHA?

13) ¿CUÁNTO FUE LA PRODUCCIÓN DEL AÑO PASADO (2005)?

14) ¿CUÁNTO FUE LA PRODUCCIÓN DE ESTE AÑO?

15) ¿CUÁNTO FUE LA PRODUCCIÓN DE LOS CULTIVOS ASOCIADOS / AÑO?

| <u>AÑO</u> | <u>CULTIVO</u> | <u>VOL PROD.</u> |
|------------|----------------|------------------|
|------------|----------------|------------------|

D. Costos de Producción.

16) MAQUINARIA:

a) ¿CUANTAS HORAS/MÁQUINA EMPLEA O EMPLEÓ PARA LA PREPARACIÓN DE TERRENO?

| | | | | | |
|-------|-------|--------|-------|-----|-------|
| HORAS | _____ | PRECIO | _____ | S/. | _____ |
|-------|-------|--------|-------|-----|-------|

17) MANO DE OBRA CAMU CAMU

a) PREPARACIÓN DE TERRENO

| | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|

b) ALINEAMIENTO Y POCEO

| | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|

c) TRANSPLANTE

| | | | | | |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|

d) DESHIERBO

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 1. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 2. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 3. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 4. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

e) CONTROL FITOSANITARIO

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 1. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 2. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 3. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

f) PODAS

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 1. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|
| 2. Nº JORNALES: | _____ | X S/. | _____ | S/. | _____ |
|-----------------|-------|-------|-------|-----|-------|

3. N° JORNALES: _____ X S/. _____ S/. _____
- g) COSECHA
1. N° JORNALES: _____ X S/. _____ S/. _____
2. N° JORNALES: _____ X S/. _____ S/. _____
- 18) MANO DE OBRA CULTIVO ASOCIADO
- a) SIEMBRA
N° JORNALES: _____ X S/. _____ S/. _____
- b) COSECHA
N° JORNALES: _____ X S/. _____ S/. _____
- 19) INSUMOS CAMU CAMU
- a) PLANTONES
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- b) ABONO
CANTIDAD (KG.) _____ X S/. _____ S/. _____
- c) CONTROL FITOSANITARIO
CANTIDAD (KG.) _____ X S/. _____ S/. _____
- d) OTROS INSUMOS
CANTIDAD (KG.) _____ X S/. _____ S/. _____
- 20) INSUMOS CULTIVO ASOCIADO
- a) SEMILLAS
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- b) AGRO-QUÍMICOS
CANTIDAD (KG.) _____ X S/. _____ S/. _____
- 21) MATERIALES Y HERRAMIENTAS
- a) TIJERAS PODADORAS
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- b) SACOS
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- c) JAVAS
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- d) MACHETES
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____
- e) PALAS
CANTIDAD (N°) _____ S/. _____ S/. _____

- f) OTRAS HERRAMIENTAS
CANTIDAD (Nº) _____ S/. _____ S/. _____
- 22) COSTOS DE PROCESAMIENTO
- a) KG _____ S/. _____ S/. _____
- b) TN _____ S/. _____ S/. _____
- 23) COSTO TRANSPORTE
- a) INSUMOS
PLANTONES (Nº) _____ S/. _____ S/. _____
- b) PRODUCCIÓN (COSECHA)
TOTAL _____ S/. _____ S/. _____
- c) PRODUCCIÓN CULTIVO ASOCIADO (COSECHA)
TOTAL _____ S/. _____ S/. _____
- 24) COSTO DE ESPECIALISTAS
- a) PERSONAL TÉCNICO PERMANENTE
MESES _____ S/. _____ S/. _____
- b) ASISTENCIA PROFESIONAL
MESES _____ S/. _____ S/. _____
- c) CONTADOR
MESES _____ S/. _____ S/. _____

E) Datos de venta.

25) TIPO DE PRODUCTO (CAMU CAMU) QUE VENDE

A) _____

B) _____

26) DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

a) MERCADO LOCAL _____

b) MERCADO NACIONAL _____

c) MERCADO INTERNACIONAL _____

27) PRECIO DE VENTA

a) MERCADO LOCAL

MÍNIMO

MÁXIMO

b) MERCADO NACIONAL _____

c) MERCADO INTERNACIONAL _____

28) PRECIO DE VENTA CULTIVO ASOCIADO MÍNIMO

MÁXIMO

F) Otros datos.

29) MAQUINARIA Y EQUIPOS PARA EL CULTIVO

A) _____

B) _____

C) _____

30) MAQUINARIAS PARA PROCESAMIENTO

A) _____

B) _____

C) _____

ANEXO 7

ESTUDIO DE EVALUACIÓN ECONÓMICA DE PLANTACIONES DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA HBK) – UCAYALI

Las plantaciones visitadas para las entrevistas por el IIAP fueron las siguientes:

1) Fundo Anaycka, ubicada en el centro poblado 7 de Junio, distrito de Yarinacocha, Provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 7 años y una extensión de 2.5 ha, que están actualmente en producción.

2) Fundo Barranquito, ubicada en el centro poblado Padre Bernardo, distrito de Yarinacocha., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 6 años y actualmente 2 ha están en producción.

3) Fundo Milagro, ubicada en el centro poblado 11 de Agosto, distrito de Yarinacocha., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 6 años y actualmente 1.5 has están en producción.

4) Plantación conducida por el Sr. Fernando Murayari, ubicada en el centro poblado San Pablo de Tushmo, distrito de Yarinacocha., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 10 años, tiene una extensión de 2.5 has, actualmente 1.5 están en producción.

5) Fundo Verónica, ubicado en el centro poblado Pimental (Km. 7 carretera a Tornavista) distrito de Campo Verde, Provincia Coronel Portillo. La plantación tiene 8 años, con 1 ha en producción.

6) Plantación conducida por el Sr. Víctor Fababa, ubicada en el centro poblado Ega, distrito de Callería., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 8 años, con una extensión de 4 ha, con 2 ha en producción.

7) Fundo Santa Anita, ubicada en el centro poblado San Juan, distrito de Yarinacocha., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 9 años, una extensión de 5 ha, con 2 ha en producción.

8) Fundo Bienvenidos, ubicada en el centro poblado Bellavista, distrito de Yarinacocha., provincia de Coronel Portillo. La plantación tiene 9 años, una extensión de 11 ha, con 7 ha en producción.

ESTRUCTURA DE COSTOS CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES ANUALES.

a. Fundo Anaycka.

Fundo Anaycka - Comunidad 7 de Junio

Cultivo de camu camu asociado con maíz, frejól, soya, sandía en restinga.

Área sembrada: 1 ha.

Densidad siembra camu camu: 3x3

Nº de plantas de camu camu: 1111

| CONCEPTO | Unidad x ha | Precio unit.(\$/) | Año 1 | | Año 2 | | Año 3 | | Año 4 | | Año 5 | | Año 6 | | Año 7 | | Año 8 | | Año 9 | | Año 10 | | | |
|-------------------------------------|-------------|-------------------|-----------|-------|-------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|-------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | | Camu camu | | Maíz | | Camu camu | | Frejól | | Camu camu | | Soyá | | Camu camu | | sandía | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | |
| | | | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total |
| MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | jor | 15 | 25 | 375 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineamiento y poceo | jor | 15 | 6 | 90 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Traspante | jor | 15 | 5 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Siembra maíz/frejól/sandía/soya | jor | 15 | | 6 | 90 | | 10 | 150 | | 6 | 90 | | 10 | 150 | | 6 | 90 | | | | | | | |
| Deshierbo | jor | 15 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 |
| Control fitosanitario | jor | 15 | 5 | 75 | | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | |
| Podas | jor | 15 | | | | | | | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | | 5 | 75 | |
| Cosecha maíz/frejól/sandía/soya | jor | 15 | | 20 | 300 | | 20 | 300 | | 25 | 375 | | 30 | 450 | | 25 | 375 | | | | | | | |
| Cosecha camu camu | java* | 3 | | | | | | 20 | 60 | | 40 | 120 | | 80 | 240 | | 140 | 420 | 312 | 936 | 400 | 1200 | 480 | 1440 |
| INSUMOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plantones | planta | 1 | 1111 | 1111 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla maíz | kg | 1 | | 40 | 40 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla frejól | kg | 3 | | | | | 30 | 90 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla sandía | kg | 2 | | | | | | | | 5 | 10 | | | 5 | 10 | | | | | | | | | |
| Semilla soya | kg | 1.5 | | | | | | | | | 40 | 60 | | | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tijera podadora | unidad | 25 | 3 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sermuño de podar | unidad | 25 | 1 | 25 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Azación | unidad | 12 | 2 | 24 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Machete | unidad | 8 | 6 | 48 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 |
| Labias | unidad | 6 | 10 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacos | unidad | 1 | | 25 | 25 | | 20 | 20 | | 20 | 20 | | 25 | 25 | | 20 | 20 | | | | | | | |
| Costo Total | | | 2258 | 538 | 383 | 643 | 443 | 653 | 578 | 768 | 698 | 653 | 878 | 1394 | 1658 | 1898 | 2138 | | | | | | | |
| Rendimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento Camu camu (ruta fresca) | t | 1800 | | | | | | 0.5 | 900 | | 1 | 1800 | | 2 | 3600 | | 3.5 | 6300 | 7.8 | 14040 | 10 | 18000 | 12 | 21600 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento maíz | t | 500 | | 1.5 | 750 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento frejól | t | 1200 | | | | | 1.2 | 1440 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento sandía | t | 100 | | | | | | | 22 | 2200 | | | | 22 | 2200 | | | | | | | | | |
| Rendimiento soya | t | 1300 | | | | | | | | | 0.5 | 780 | | | | | | | | | | | | |
| Ingreso Total | | | | 750 | | 1440 | 900 | 2200 | 1800 | 780 | 3600 | 2200 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 | | | | | | | |

*25 kg

Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2006.

b. Fundo Barranquito.

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS

Cultivo de camu camu asociado con maíz, arroz, caupí

Área sembrada: 1 ha.

Densidad siembra camu camu: 3x4

Nº de plantas: 833

| CONCEPTO | Unidad x ha | Precio unit.(\$/) | Año 1 | | Año 2 | | | | Año 3 | | | | Año 4 | | | | Año 5 | | Año 6 | | Año 7 | | Año 8 | | Año 9 | | Año 10 | | | | |
|-------------------------------------|-------------|-------------------|-----------|-------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-------|-----|------|
| | | | Camu camu | | Maíz | | Camu camu | | arroz | | Camu camu | | caupí | | Camu camu | | caupí | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | | | |
| | | | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | | | |
| MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | jor | 15 | 25 | 375 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineamiento y posco | jor | 15 | 5 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trasplante | jor | 15 | 4 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Siembra maíz/arroz/caupí | jor | 15 | | | 6 | 90 | | | 10 | 150 | | | 5 | 75 | | | 5 | 75 | | | | | | | | | | | | | |
| Deshierbo | jor | 15 | 25 | 375 | 5 | 75 | 25 | 375 | 5 | 75 | 25 | 375 | 5 | 75 | 25 | 375 | 5 | 75 | 25 | 375 | 25 | 375 | 25 | 375 | 25 | 375 | 25 | 375 | | | |
| Control fitosanitario | jor | 15 | 4 | 60 | | | 4 | 60 | 5 | 75 | 4 | 60 | | | 4 | 60 | | | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | | | |
| Podas | jor | 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cosecha maíz/arroz/caupí | jor | 15 | | | 20 | 300 | | | 20 | 300 | | | 20 | 300 | | | 20 | 300 | | | | | | | | | | | | | |
| Cosecha camu camu | java | 3 | | | | | | | | | | 20 | 60 | | | 40 | 120 | | | 72 | 216 | 140 | 420 | 320 | 960 | 400 | 1200 | 480 | 1440 | 560 | 1680 |
| INSUMOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plantones | planta | 1 | 833 | 833 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla maíz | kg. | 1.5 | | | 40 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla arroz | kg. | 3 | | | | | | | | 25 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla caupí | Kg. | 3 | | | | | | | | | | | | 25 | 75 | | | 25 | 75 | | | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Machete | unidad | 10 | 6 | 60 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | | | |
| Palas | unidad | 10 | 2 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacos | unidad | 1 | | | 20 | 20 | | | 20 | 20 | | | 20 | 20 | | | 20 | 20 | | | | | | | | | | | | | |
| Costo Total | | | | | 1858 | 555 | 445 | 705 | 505 | 555 | 565 | 555 | 661 | 665 | 1405 | 1645 | 1885 | 2125 | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimientos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento Camu camu fruta fresca. | t | 1800 | | | | | | | | 0.5 | 900 | | | 1 | 1800 | | | 1.8 | 3240 | 3.5 | 6300 | 8 | 14400 | 10 | 18000 | 12 | 21600 | 14 | 25200 | | |
| Rendimiento maíz | t | 500 | | | 1.5 | 750 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento arroz | t | 1300 | | | | | | 1.3 | 1690 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento caupí | t | 600 | | | | | | | | 1.5 | 900 | | | 1.5 | 900 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ingreso Total | | | | | 750 | 1690 | 900 | 900 | 1800 | 900 | 3240 | 6300 | 14400 | 18000 | 21600 | 25200 | | | | | | | | | | | | | | | |

*25 kg.

Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2006.

c. Fundo Milagros

Fundo Milagros - Comunidad 11 de Agosto.

Cultivo de camu camu asociado con sandía y soya

Área sembrada: 1 ha.

Densidad siembra camu camu: 3x3

Nº de plantas: 1100

| CONCEPTO | Unidad x ha | Precio unit (\$.) | Año 1 | | Año 2 | | | | Año 3 | | | | Año 4 | | | | Año 5 | | Año 6 | | Año 7 | | Año 8 | | Año 9 | | Año 10 | | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-------|-----|-------|
| | | | Camu camu | | Sandía | | Camu camu | | Sandía | | Camu camu | | Soya | | Camu camu | | Soya | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | | | |
| | | | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | | | |
| MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | jor | 10 | 20 | 200 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineamiento y poceco | jor | 10 | 8 | 80 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trasplante | jor | 10 | 5 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Siembra sandía/soya | jor | 10 | | 6 | 60 | | | 6 | 60 | | | 10 | 100 | | | 10 | 100 | | | | | | | | | | | | | | |
| Desierbo | jor | 10 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 20 | 200 | 20 | 200 | 20 | 200 | 20 | 200 | 20 | 200 | |
| Control fitosanitario | jor | 10 | 4 | 40 | 5 | 50 | 4 | 40 | 5 | 50 | 4 | 40 | | | 4 | 40 | | | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 | |
| Podas | jor | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | 30 | 3 | 30 | 3 | 30 | 3 | 30 | 3 | 30 | 3 | 30 | |
| Cosecha yuca/sandía/soya | jor | 10 | | 25 | 250 | | | 25 | 250 | | | 30 | 300 | | | 30 | 300 | | | | | | | | | | | | | | |
| Cosecha camu camu | java* | 3 | | | | | | | | 20 | 60 | | | 40 | 120 | | | 80 | 240 | 212 | 636 | 320 | 960 | 400 | 1200 | 480 | 1440 | 560 | 1680 | | |
| INSUMOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plantones | planta | 1 | 1100 | 1100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla sandía | kg. | 2 | | 5 | 10 | | | 5 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla soya | kg. | 1.5 | | | | | | | | | | 40 | 60 | | | 40 | 60 | | | | | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cavador | unidad | 20 | 1 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Machete | unidad | 8 | 2 | 16 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | |
| Palas | unidad | 15 | 2 | 30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacos | un idad | 1 | | 20 | 20 | | | 20 | 20 | | | 25 | 25 | | | 25 | 25 | | | | | | | | | | | | | | |
| Costo Total | | | | 1736 | 448 | | | 248 | 448 | | | 308 | 543 | | | 368 | 543 | | | 518 | 914 | | | 1238 | 1478 | | | 1718 | 1958 | | |
| Rendimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento Camu camu (fruta fresca) | t | 1800 | | | | | | | | 0.5 | 900 | | | 1 | 1800 | | | 2 | 3600 | 5.3 | 9540 | | | 8 | 14400 | 10 | 18000 | 12 | 21600 | 14 | 25200 |
| Rendimiento sandía | t | 100 | | 9 | 850 | | | 8.5 | 850 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento soya | t | 1300 | | | | | | | | | | 0.6 | 780 | | | 0.6 | 780 | | | | | | | | | | | | | | |
| Ingreso Total | | | | | 850 | | | | 850 | | | 900 | 780 | | | 1800 | 780 | | | 3600 | 9540 | | | 14400 | 18000 | | | 21600 | 25200 | | |

*25 kg.

Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2006.

f. Fundo Santa Anita.

>

Cultivo de camu camu asociado frejól y sandía

Área sembrada: 1 ha.

Densidad siembra camu camu: 3x3

Nº de plantas: 1100

| CONCEPTO | Unidad x ha | Precio unit.(S/.) | Año 1 | | Año 2 | | | | Año 3 | | Año 4 | | Año 5 | | Año 6 | | Año 7 | | Año 8 | | Año 9 | | Año 10 | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|--------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | | | Camu camu | | Frejól | | Camu camu | | Sandía | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | |
| | | | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total |
| MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | jor | 15 | 25 | 375 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineamiento y poceo | jor | 15 | 5 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trasplante | jor | 15 | 6 | 90 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Siembra frejól/sandía | jor | 15 | | | 10 | 150 | | | 6 | 90 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Deshierbo | jor | 15 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 5 | 75 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 | 20 | 300 | | |
| Control fitosanitario | jor | 15 | 4 | 60 | | | 4 | 60 | 5 | 75 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | 4 | 60 | | |
| Podas | jor | 15 | | | | | | | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | 3 | 45 | | |
| Cosecha frejól/sandía | jor | 15 | | | 20 | 300 | | | 25 | 375 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cosecha camu camu | java | 2 | | | | | | | 20 | 40 | 40 | 80 | 80 | 160 | 160 | 320 | 320 | 640 | 380 | 760 | 440 | 880 | 560 | 1120 | | |
| INSUMOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plantones | planta | 1 | 1100 | 1100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla frejól | kg. | 3 | | | 30 | 90 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla sandía | kg. | 2 | | | | | | | 5 | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tijera podadora | unidad | 25 | 2 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cavador | unidad | 30 | 2 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Machete | unidad | 8 | 2 | 16 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | | |
| Palas | unidad | 15 | 4 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jabas | unidad | 5 | 20 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacos | unidad | 1 | 40 | 40 | 20 | 20 | | | 20 | 20 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Costo Total | | | | | 2326 | 643 | 368 | 653 | 453 | 493 | 573 | 733 | 1053 | 1173 | 1293 | 1533 | | | | | | | | | | |
| Rendimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento Camu camu (fruta fresca) | t | 1800 | | | | | | | 0.5 | 900 | 1 | 1800 | 2 | 3600 | 4 | 7200 | 8 | 14400 | 9.5 | 17100 | 11 | 19800 | | | | |
| Rendimiento de frejól | t | 1200 | | | 1.2 | 1440 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento de sandía | t | 100 | | | | | | | 8.5 | 850 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ingreso Total | | | | | | 1440 | | 850 | 900 | 1800 | 3600 | 7200 | 14400 | 17100 | 19800 | 25200 | | | | | | | | | | |

Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2006.

g. Fundo Bienvenidos.

Fundo Bienvenidos - Comunidad Bellavista.

Cultivo de camu camu asociado con soya y maíz

Área sembrada: 1 ha.

Densidad siembra camu camu: 3 x 4

Nº de plantas: 833

| CONCEPTO | Unidad x/ha | Precio unit. (\$/) | Año 1 | | Año 2 | | Año 3 | | Año 4 | | Año 5 | | Año 6 | | Año 7 | | Año 8 | | Año 9 | | Año 10 | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------|--------------------|-----------|-------|--------|-------|-----------|---------|--------|---------|-----------|---------|--------|--------|-----------|--------|--------|---------|-----------|--------|-----------|-------|-----------|-------|-------|------|-------|-----|-------|----|-------|
| | | | Camu camu | | Soya | | Camu camu | | Maíz | | Camu camu | | Maíz | | Camu camu | | Maíz | | Camu camu | | Camu camu | | Camu camu | | | | | | | | |
| | | | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | cant. | total | | | | | | | |
| MANO DE OBRA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preparación de terreno | hor | 10 | 20 | 200 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alineamiento y poceo | hor | 10 | 5 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trasplante | hor | 10 | 5 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Siembra soya / maíz | hor | 10 | | 10 | 100 | | | 6 | 60 | | | 10 | 100 | | | 10 | 100 | | | 6 | 60 | | | | | | | | | | |
| Deshierbo | hor | 10 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 5 | 50 | 20 | 200 | 20 | 200 | 20 | 200 | | | | | | | |
| Control fitosanitario | hor | 10 | 4 | 40 | | | 4 | 40 | | | 4 | 40 | | | 4 | 40 | | | 4 | 40 | 4 | 40 | 4 | 40 | | | | | | | |
| Podas | hor | 10 | | | | | | | | 3 | 30 | | | 3 | 30 | | | 3 | 30 | | | 3 | 30 | | | | | | | | |
| Cosecha soya/maíz | hor | 10 | | 30 | 300 | | | 20 | 200 | | | 30 | 300 | | | 20 | 200 | | | | | | | | | | | | | | |
| Cosecha camu camu | java* | 2.5 | | | | | | 6.7 | 16.667 | | | 33.3 | 83.333 | | | 66.667 | 166.67 | | | 100 | 250 | 500 | 1250 | 380 | 900 | 667 | 1667 | 933 | 2333 | | |
| INSUMOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Plántones | planta | 1 | 833 | 833 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla soya | kg | 1.5 | | 40 | 60 | | | | | 40 | 60 | | | 40 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semilla maíz | kg | 1 | | | | 12 | 12 | | | | | 12 | 12 | | | | | 12 | 12 | | | | | | | | | | | | |
| HERRAMIENTAS Y EQUIPOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tijera podadora | unidad | 25 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cavador | unidad | 30 | 2 | 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Machete | unidad | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | 1 | 8 | | | | | | | |
| Palas | unidad | 15 | 1 | 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Jabas | unidad | 5 | 20 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sacos | unidad | 2 | | 25 | 50 | | | 25 | 50 | | | 25 | 50 | | | 25 | 50 | | | 25 | 50 | | | | | | | | | | |
| Costo Total | | | | 1656 | 568 | 248 | 380 | 294.67 | 568 | 331.33 | 380 | 444.67 | 568 | 488 | 380 | 1528 | 1148 | 1914.67 | 2811.33 | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento Camu camu (fruta fresca) | t | 1800 | | | | | | 1 | 1800 | | | 2 | 3600 | | | 2 | 3600 | | | 4 | 7200 | | | 7.5 | 13500 | 10.5 | 18900 | 12 | 21600 | 14 | 25200 |
| Rendimiento de soya | t | 1300 | | 0.6 | 742.86 | | | | | 0.4 | 557.1 | | | | 0.4 | 557 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendimiento de maíz | t | 500 | | | | | | 0.6571 | 428.6 | | | | | 0.8571 | 428.6 | | | | | 0.6571 | 428.6 | | | | | | | | | | |
| Ingreso Total | | | | | 742.86 | | | 428.571 | 1800 | 557.143 | 3600 | 428.571 | 3600 | 557.14 | 7200 | 428.6 | 13500 | 18900 | 21600 | 25200 | | | | | | | | | | | |

* Doble de 15 kg

Fuente: Trabajo de campo, noviembre 2006

ANEXO N° 8

FLUJO ECONÓMICO DEL CULTIVO DE CAMU CAMU ASOCIADO CON ESPECIES ANUALES E
INDICADORES ECONÓMICOS

a. Fundo Anaycka

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 750 | 1440 | 2200 | 780 | 2200 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 750 | 1440 | 3100 | 2580 | 5800 | 6300 | 14040 | 18000 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA. | 1380 | 900 | 1050 | 1245 | 1305 | 870 | 1386 | 1650 | 1890 | 2130 |
| 2.2 | INSUMOS | 1151 | 90 | 10 | 60 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIPOS | 265 | 36 | 36 | 41 | 36 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 2796 | 1026 | 1096 | 1346 | 1351 | 878 | 1394 | 1658 | 1898 | 2138 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -2046 | 414 | 2004 | 1234 | 4449 | 5422 | 12646 | 16342 | 19702 | 23062 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de Dcto Anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 19 527,78 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 92,39% | | | | | | | | | |
| | B/C | 41,68 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IIAP

b. Fundo Barranquito

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3240 | 6300 | 14400 | 18000 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 750 | 1690 | 900 | 900 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 750 | 1690 | 1800 | 2700 | 3240 | 6300 | 14400 | 18000 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA | 1410 | 1035 | 945 | 1005 | 651 | 855 | 1395 | 1635 | 1875 | 2115 |
| 2.2 | INSUMOS | 893 | 75 | 75 | 75 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIPOS | 110 | 40 | 40 | 40 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| | TOTAL GASTOS | 2413 | 1150 | 1060 | 1120 | 661 | 865 | 1405 | 1645 | 1885 | 2125 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -1663 | 540 | 740 | 1580 | 2579 | 5435 | 12995 | 16355 | 19715 | 23075 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 18 644,91 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 93,11% | | | | | | | | | |
| | B/C | 49,92 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IAP

c. Fundo Milagros

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 9540 | 14400 | 18000 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 850 | 850 | 780 | 780 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 850 | 850 | 1680 | 2580 | 3600 | 9540 | 14400 | 18000 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA | 980 | 650 | 750 | 810 | 510 | 906 | 1230 | 1470 | 1710 | 1950 |
| 2.2 | INSUMOS | 1110 | 10 | 60 | 60 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIPOS | 94 | 36 | 41 | 41 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 2184 | 696 | 851 | 911 | 518 | 914 | 1238 | 1478 | 1718 | 1958 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -1334 | 154 | 829 | 1669 | 3082 | 8626 | 13162 | 16522 | 19882 | 23242 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 20 296,25 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 102,57% | | | | | | | | | |
| | B/C | 65,34 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IIAP

d . Plantación Sr Murayari

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 7200 | 14400 | 18000 | 20700 | 23400 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 0 | 0 | 750 | 900 | 900 | 900 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 0 | 0 | 1650 | 2700 | 4500 | 8100 | 14400 | 18000 | 20700 | 23400 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA | 735 | 285 | 838 | 911 | 1088 | 1441 | 1742 | 2095 | 2359 | 2624 |
| 2.2 | INSUMOS | 1100 | 0 | 60 | 75 | 75 | 75 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIPOS | 121 | 8 | 36 | 36 | 36 | 36 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 1956 | 293 | 934 | 1022 | 1199 | 1552 | 1750 | 2103 | 2367 | 2632 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -1956 | -293 | 716 | 1678 | 3301 | 6548 | 12650 | 15897 | 18333 | 20768 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 17 576,68 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 79,21% | | | | | | | | | |
| | B/C | 40,69 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IAP

e. Plantación Sr. Fababa

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 7200 | 13500 | 16200 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 2000 | 850 | 1300 | 1300 | 1300 | 1300 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 2000 | 850 | 2200 | 3100 | 4900 | 8500 | 13500 | 16200 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA | 1176 | 840 | 928 | 1004 | 1048 | 1208 | 948 | 1104 | 1308 | 1504 |
| 2.2 | INSUMOS | 1350 | 10 | 60 | 60 | 60 | 60 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIP | 305 | 40 | 45 | 45 | 45 | 45 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| | TOTAL GASTOS | 2831 | 890 | 1033 | 1109 | 1153 | 1313 | 958 | 1114 | 1318 | 1514 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -831 | -40 | 1167 | 1991 | 3747 | 7187 | 12542 | 15086 | 20282 | 23686 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 20434,93 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 126,48% | | | | | | | | | |
| | B/C | 98,38 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3.5%

FUENTE: IAP

f. Fundo Santa Anita

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 900 | 1800 | 3600 | 7200 | 14400 | 17100 | 19800 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 1440 | 850 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 1440 | 850 | 900 | 1800 | 3600 | 7200 | 14400 | 17100 | 19800 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | MANO DE OBRA | 1425 | 975 | 445 | 485 | 565 | 725 | 1045 | 1165 | 1285 | 1525 |
| 2.2 | INSUMOS | 1190 | 10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | HERRAM. Y EQUIPOS | 254 | 36 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 2869 | 1021 | 453 | 493 | 573 | 733 | 1053 | 1173 | 1293 | 1533 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -1429 | -171 | 447 | 1307 | 3027 | 6467 | 13347 | 15927 | 18507 | 23667 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 18 385,65 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 88,34% | | | | | | | | | |
| | B/C | 51,69 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IAP

g. Fundo Bellavista

| ITEM | CONCEPTO | AÑO | | | | | | | | | |
|------|------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | INGRESOS | | | | | | | | | | |
| 1.1 | Venta frutos frescos camu camu | 0 | 0 | 1800 | 3600 | 3600 | 7200 | 13500 | 18900 | 21600 | 25200 |
| 1.2 | Venta productos cultivos asociados | 780 | 428.55 | 520 | 428.55 | 520 | 428.55 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | TOTAL INGRESOS | 780 | 428.55 | 2320 | 4028.55 | 4120 | 7628.55 | 13500 | 18900 | 21600 | 25200 |
| | EGRESOS | | | | | | | | | | |
| 2.1 | M.O | 990 | 550 | 736,75 | 633,25 | 886,67 | 800 | 1520 | 1140 | 1907,5 | 2602,5 |
| 2.2 | INSUMOS | 893 | 12 | 60 | 12 | 60 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.3 | H Y EQUIP | 341 | 66 | 66 | 66 | 66 | 66 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | TOTAL GASTOS | 2224 | 628 | 862.75 | 711.25 | 1012.67 | 878 | 1528 | 1148 | 1915.5 | 2610.5 |
| | FLUJO ECONÓMICO | -1444 | -19945 | 1457,25 | 3317,3 | 3107,33 | 6750,55 | 11972 | 17752 | 19685 | 22590 |
| | INDICADORES ECONÓMICOS | | | | | | | | | | |
| | Tasa de descuento anual | 22,50% | | | | | | | | | |
| | VANE | S/. 20 345,42 | | | | | | | | | |
| | TIRE | 102,67% | | | | | | | | | |
| | B/C | 52,71 | | | | | | | | | |

Tasa de interés anual Agro Banco = 19%

Costos Administrativos Anual = 3,5%

FUENTE: IIAP

ANEXO 9:

INSTITUCIONES RELACIONADAS A LA RED CIBERNÉTICA DE CAMU CAMU

| Nº | Institución | Nombre | Cargo | E-mail |
|----|---|------------------------------------|----------------------|---|
| 1 | Dirección Regional Agraria Ucayali | Ing. Luis Balarezo Infante | Director Regional | agricultura@regionucayali.gob.pe |
| 2 | Dirección de Promoción Agraria-Ucayali | Ing. Segundo Gutierrez Enriquez | Coordinador Regional | dpauca@minag.gob.pe , sguty@hotmail.com |
| 3 | SENASA-Ucayali | Ing. Alejandro Llaque Sakuma | Director | ucayali@senasa.gob.pe |
| 4 | INIEA-Pucallpa | Ing. Mack Henry Pinchi Ramirez | Director | pucallpa@inia.gob.pe |
| 5 | INIEA-Pucallpa | Ing. Víctor Vargas Clemente | Investigador | vclemente63@hotmail.com |
| 6 | Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (IIAP)-Filial Pucallpa | Ing. Fausto Hinostroza Mayta | Director | iiapu@iiap.org.pe |
| 7 | Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo-DIRCETUR | | | ucayali@dircetुर.gob.pe |
| 8 | Proyecto PARA | | | csepucallpa@prapucallpa.com |
| 9 | Gobierno Regional Ucayali-Gerencia de Desarrollo Económico | | | ger_economico@regionucayali.gob.pe |
| 10 | Fundación Selva Viva-FUSEVI | | | fusevi@qnet.com.pe |
| 11 | Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (IIAP) | Ing. Fausto Hinostroza | Director | fhinostroza@iiap.org.pe |
| 12 | DEVIDA-Pucallpa | | | OD_pucallpa@devida.gob.pe |
| 13 | CIPA-Pucallpa | | | cipapucallpa@speedy.com.pe |
| 14 | CODESU | Ing. Alfredo Riesco | | riesco.codesu@terra.com.pe |
| 15 | Universidad Nacional de Ucayali (UNU) | Ing. David Lluncor Mendoza | | unu@org.gob.pe |
| 16 | Fundación de la Selva Viva (FUSEVI) | Ing. Margarita Mori Vela | | fusevi@cunet.com.pe |
| 17 | CODESU | Ing. Maria Arroyo | | codesu@terra.com.pe |

| | | | | |
|----|--|-----------------------------|--|--|
| 18 | Proyecto PARA | Ing. Juan Muñoz Abanto | | jmunoz@prapucallpa.com |
| 19 | DPA-Ucayali | Ing. Blanca Frias | Resp. Cadena camu camu-Pucallpa | bf_frias@hotmail.com |
| 20 | Agrícola San Juan del Oriente | Ing. Francis Young Ríos | Representante | fyoungr@hotmail.com |
| 21 | Ministerio de Agricultura | Ing. Pablo Aramburu | Asesor Ministro Agricultura | paramburu@minag.gob.pe |
| 22 | Empresa AMAZON HERBS | Sr. Martin Corisapra | Representante | martinpucallpa@hotmail.com |
| 23 | Ministerio de Agricultura | Ing. Dante Poggi | Coord. Unidad de Comercio Internacional del MINAG-OGPA | dpoggi@minag.gob.pe |
| 24 | Dirección de Promoción Agraria Loreto | Ing. Cesar a. Churango | Coord. Promocion Agraria Loreto | dpalore@terra.com.pe |
| 25 | Empresa Agroindustrial del Perú S.A. | Ing. Takayuki Suzuki | Director Gerente | tksz@amauta.rcp.net.pe |
| 26 | Centro de Desarrollo de la Competitividad de la Amazonia-CEDECAM | Dr. Javier Garcia Saavedra | Presidente Ejecutivo | jgarcia@cedecam.org |
| 27 | Dirección de Promoción Agraria Loreto | Ing. Ronaldo Cardenas | Resp. Cadena camu camu-Loreto | palito_cm@hotmail.com |
| 28 | Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (IIAP)-Filial Pucallpa | Ing. Antonio López | Investigador en camu camu | antoniolopez@hotmai.com |
| 29 | Universidad Nacional de Ucayali | Ing. Rita Rivas | Docente e Investigadora en camu camu | rita_camucamu@peru.com |
| 30 | Asociación de Productores camu camu Loreto | Sr. Carlos Santillán Angulo | Presidente | camucamuperu@yahoo.es |
| 31 | Empresa Koken del Perú | Sr. Luis Castillo | Gerente General | kokenperu@amauta.rcp.net.pe |
| 32 | Empresa Peruvian Heritage S.A.C. | Sr. Mark Hein Sittler | Gerente General | mhein@replex.com |
| 33 | Ministerio de Agricultura-DGPA | Ing. Marly López Rengifo | Especialista Frutas y Hortalizas | mlopez@minag.gob.pe |

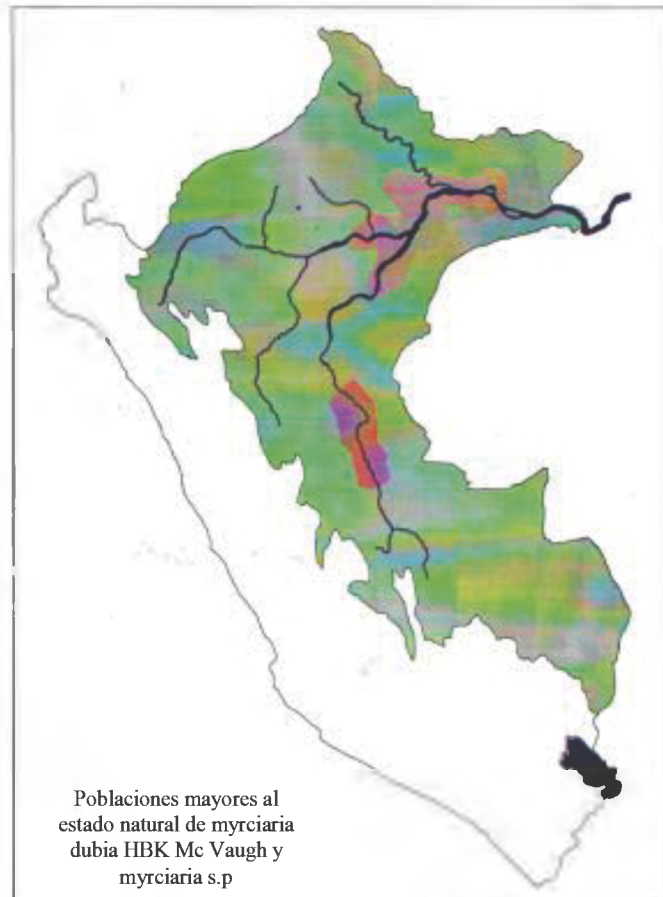
| | | | | |
|----|---|-------------------------------|---------------------------------------|---|
| 34 | Instituto de Investigación y Extensión Agraria | Ing. Willian Daga | Investigador Frutas | wdaga@inia.gob.pe |
| 35 | Empresa Perú Amazon Export S.A. | Sr. Hector Yamakahua T. | Representante | peruamazon@terra.com.pe |
| 36 | Ministerio de Agricultura-PROAMAZONIA | Ing. Nelsón Larrea | Coordinador Nacional | nlarrea@minag.gob.pe |
| 37 | Ministerio de Agricultura-PROAMAZONIA | Ing. Alberto Saenz | Especialista | asaenz@minag.gob.pe |
| 38 | Dirección Regional Agraria Loreto | Ing. Otoniel Mendoza | Director Regional | dralore@terra.com.pe |
| 39 | Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (IIAP)-Loreto | Ing. Mario Pinedo | Investigador en camu camu | pacc@iiap.org.pe |
| 40 | Gobierno Regional Loreto | Sr. Carlos Esteves Ostolaza | Asesor de la Presidencia | cesteves@regionloreto.gob.pe |
| 41 | Gobierno Regional Ucayali | Sr. Edwin Vásquez López | Presidente | presidencia@regionucayali.gob.pe |
| 42 | Gob.Regional Ucayali-Gerencia Regional Desarrollo Económico | Ing. Juan Blengeri Villaverde | Gerente General | ejecucion_proyectos@speedy.com.pe |
| 43 | Municipalidad Provincial de Coronle Portillo-Ucayali | Sr. Luis Valdez Villacorta | Alcalde Departamental | mpc@speedy.com.pe |
| 44 | Dirección Regional Sectorial de Producción | Ing. Johnny Souza Perez | Director | produce@regionucayali.gob.pe |
| 45 | Dirección Regional de Turismo y Comercio Exterior (DIRCETUR) | Eco. Lizet Rengifo de Días | | ucayali@dircetur.gob.pe |
| 46 | DECA | Ing. Elar Ramirez | Representante | frumatipu@terra.com |
| 47 | PROMPEX-Agro y Agroindustria | Eco. Julio Cesar Rejas | Especialista | jcrejas@prompex.gob.pe |
| 48 | INIEA-Estacion Experimental San Roque-Loreto | Ing. Sixto Iman Correa | Investigador en camu camu | sixtoico@hotmail.com |
| 49 | CITE-Frutas y Plantas de Loreto | Sr. Romulo de Vivanco | Director Ejecutivo | citeftpm@yahoo.es |
| 50 | Empresa Selva Industrial | Ing. Lambert Pie Pau | Gerente Producción | lpie@selva.com.pe lambertpie@yahoo.es |
| 51 | PROMPEX-Agro y Agroindustria | Sr. Bernarndo Muñoz Angosto | Gerente División Agro y Agroindustria | bmunoz@prompex.gob.pe |

| | | | | |
|----|------------------------------|---------------------------|----------------------------------|--|
| | | | | |
| 52 | PROMPEX-Agro y Agroindustria | Sr. Max Rodriguez | Especialista | mrodriguez@prompex.gob.pe |
| 53 | BIOCOMERCIO-PROMPEX | Srta. Joselyn Ostolaza | Especialista | jostolaza@prompex.gob.pe |
| 54 | BIOCOMERCIO-PROMPEX | Srta. Blanca Sanchez | Especialista | bsanchez@prompex.gob.pe |
| 55 | PROAMAZONÍA | Ing. Carlos Marcos Castro | Especialista en temas Forestales | cmarcos@minag.gob.pe |

*Fuente: Empresas Exportadoras, DRAs./DPAs, PROMPEX.
Elaboración: MINAG-DGPA/DCL/Cadena Camu Camu.*

ANEXO 10

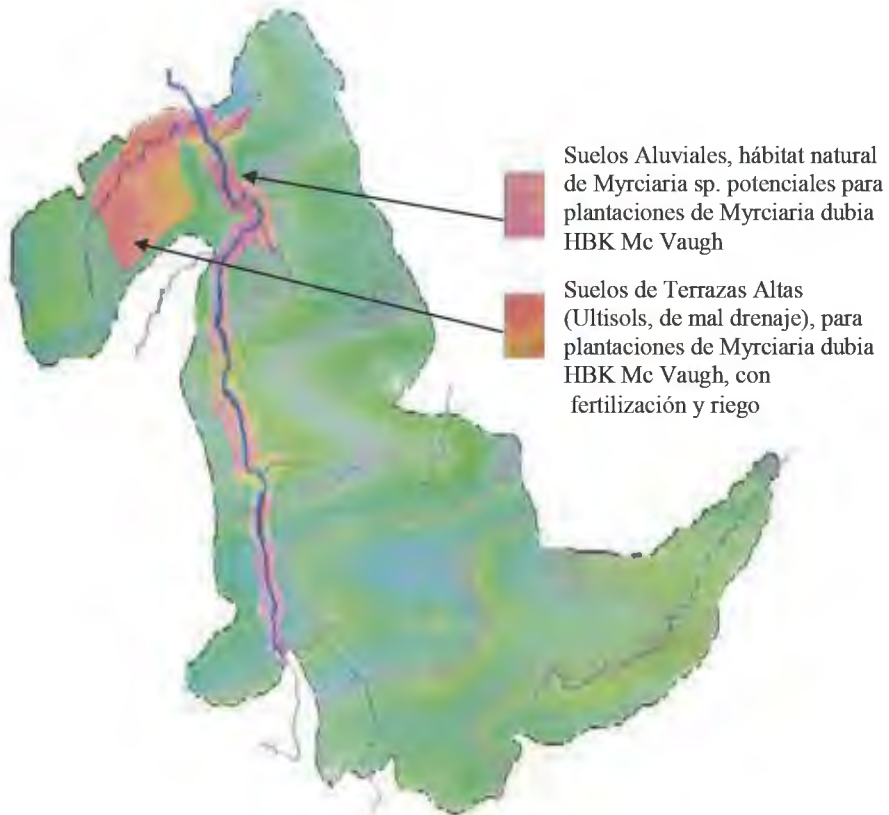
DISTRIBUCIÓN DE LAS POBLACIONES NATURALES DE CAMU CAMU EN
EL PERÚ



RITA RIVAS 2002

ANEXO 11

DISTRIBUCIÓN DE LAS POBLACIONES NATURALES Y PLANTACIONES MANEJADAS EN PUCALLPA, REGIÓN UCAYALI



RITA RIVAS, 2002

UBICACIÓN DE YARINACOCHA



Laguna de Yarinacocha (foto de trabajo de campo)

FUENTE: GOREAU
ELABORACIÓN: PROPIA

ANEXO 13

CASERÍOS ALEDAÑOS A LA LAGUNA DE YARINACOCHA



En el presente mapa se puede apreciar la ubicación geográfica donde están situados los caseríos que forman parte de la Asociación Distrital de Productores de Camu Camu de Yarinacocha “ADIPROCA Y”, que serán los ofertantes en la comercialización de camu camu hacia S.J.L

FUENTE: GOREAU

ANEXO 14

PRESENTACIONES DE PRODUCTOS ANTES DE REALIZAR LA ENCUESTA EN LOS COMEDORES POPULARES



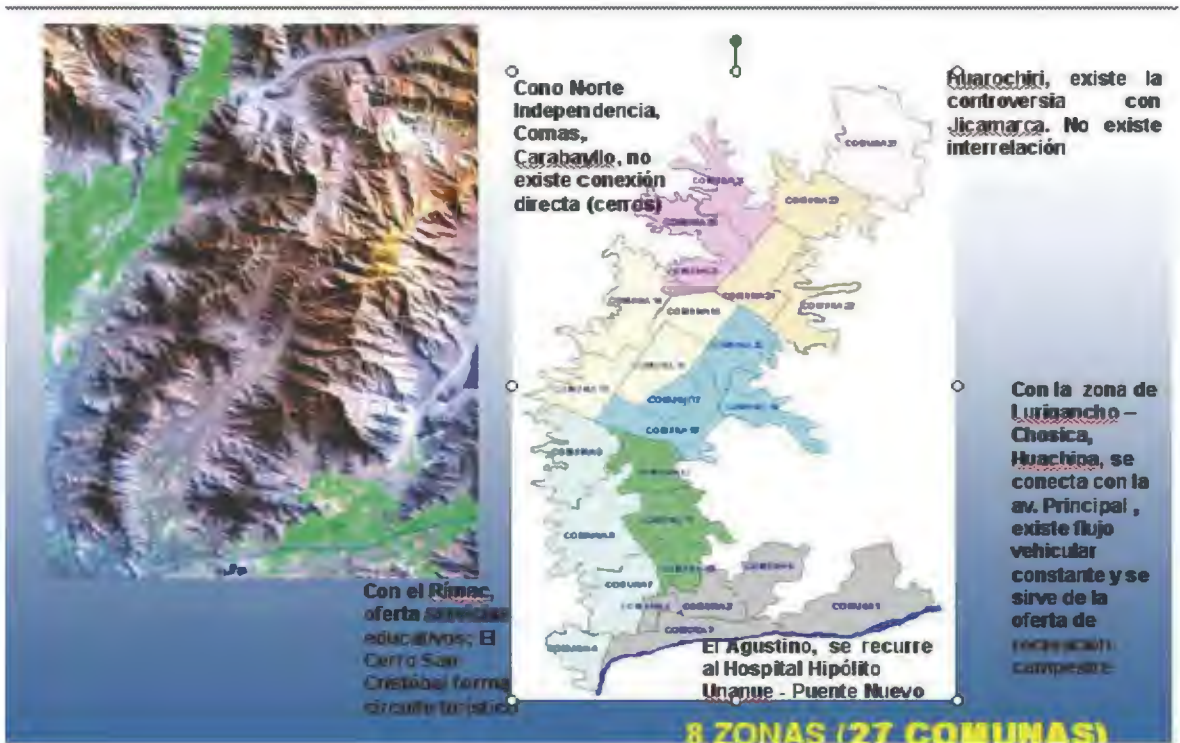
Presentaciones de los cuatro productos en el siguiente orden: maracuyá, limón, camu camu, y naranja ácida.

Una comensal en el momento en que está llenando su encuesta, se puede observar en el vaso el refresco de camu camu.

ANEXO 15

ZONALIZACIÓN DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO

Observamos en los planos geográficos pertenecientes a las figuras 1 y 2 las ubicaciones de los comedores elegidos para el presente estudio (Madres Unidas por el Perú y María de Jesús), estos se ubican en la Zona 3, Comuna 11 como los muestra los mapas. La primera figura esta relacionado a las zonas divididas en el distrito de S.J.L y en la figura 2 se muestra la localización de los comedores populares mencionados anteriormente.



FUENTE: MUNICIPALIDAD DE S.J.L

ANEXO 16

UBICACIÓN DE LOS COMEDORES EN LA ZONA 3 DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO



FUENTE: MUNICIPALIDAD DE S. J. L.

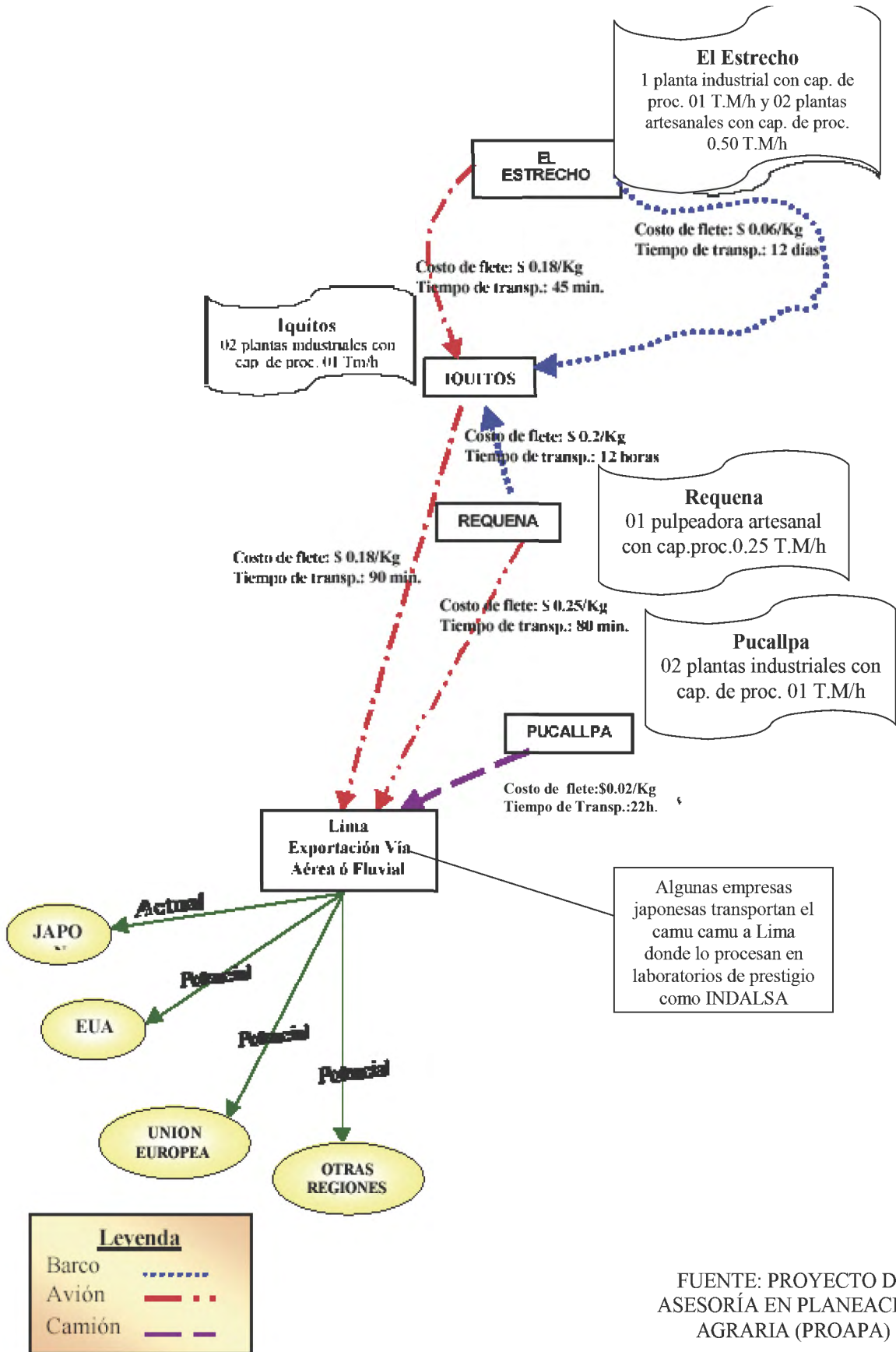
ANEXO 17

JABAS USADAS EN LA EMPRESA SAN JUAN



Foto de jabas de camu camu trasladadas a la empresa San Juan

ANEXO 18: FLUJO NACIONAL DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DEL CAMU CAMU



FUENTE: PROYECTO DE ASESORÍA EN PLANEACIÓN AGRARIA (PROAPA)

ANEXO 19: EXPORTACIÓN DE CAMU CAMU POR DESTINO, PARA EL PERIODO 2000 - 2004

| MERCADO | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | |
|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| | VALOR FOB | VALOR FOB | VALOR FOB | VALOR FOB | VALOR FOB | PARTIC. |
| | US\$ | US\$ | US\$ | US\$ | US\$ | % |
| JAPÓN | | | | | 389 752 | 72,6% |
| ESTADOS UNIDOS | | | | | 126 057 | 23,5% |
| SUR ÁFRICA | | | | | 8 231 | 1,5% |
| PAÍSES BAJOS | | | | | 5 254 | 1,0% |
| ALEMANIA | | | | | 2 889 | 0,5% |
| CANADÁ | | | | | 2 125 | 0,4% |
| ITALIA | | | | | 2 105 | 0,4% |
| AUSTRALIA | | | | | 276 | 0,1% |
| REINO UNIDO | | | | | | |
| ALEMANIA | | 19 | 2,85 | 8 | | |
| BOLIVIA | | | 362 | | | |
| BRASIL | | | 195 | | | |
| CANADÁ | 5 | 10 | | | | |
| DINAMARCA | 50 | | | | | |
| ESPAÑA | | | | | | |
| ESTADOS UNIDOS | 7 405 | 10 669 | 10 279 | 42 398 | | |
| JAPÓN | 679 881 | 28 496 | 591 368 | 189 168 | | |
| PAÍSES BAJOS | 5 | 4 | 10 | | | |
| REINO UNIDO | | 2 | 10 | | | |
| SUIZA | | | 2 007 | 2,4 | | |
| TOTAL | 687 346 | 39 200 | 604 234 | 231 576 | 536 689 | 100,0% |

FUENTE: ADEX 2005

ANEXO 20: EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS CONSIDERADAS EN EL PERIODO 2005

| Empresa | Monto US \$ | % |
|-----------------------------|--------------------|------|
| Agroindustria Backus S.A | 254 331 | 34 % |
| Agroindustrial del Perú S.A | 225 860 | 31 % |
| Perú Amazon Export S.A | 195 317 | 26 % |
| Otras empresas | Mínimas cantidades | 9 % |

FUENTE: MINAG
ELABORACIÓN: IIAP

**ANEXO 21. EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS
DEL CAMU CAMU: 2005**

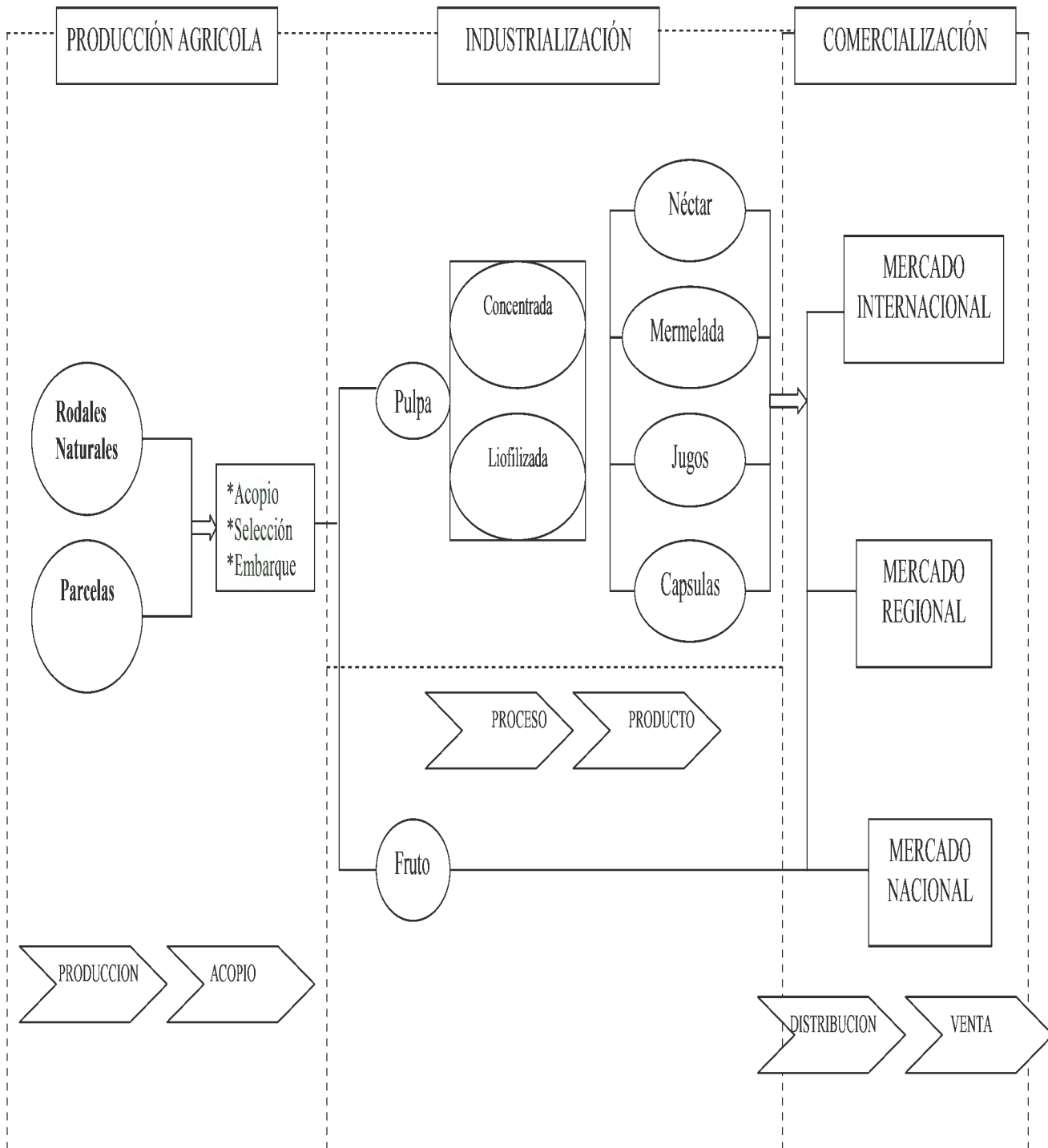
| Presentación | Valor FOB (\$) | Peso Neto | Fruta Fresca (kg) | Precio/S/.kg . |
|-------------------------------|----------------|----------------|-------------------|----------------|
| Pulpa Congelada | 425 835 | 170 784 | 341 567 | 8,22 |
| Pulpa Concentrada Clarificada | 340,989 | 24 678 | 493 565 | 45,55 |
| Harina | 92 077 | 2 652 | 66 312 | 114,46 |
| Deshidratado | 20 627 | 741 | 18 518 | 91,77 |
| Pulpa Concentrada | 4 901 | 1 000 | 11 001 | 16,16 |
| Cápsulas | 4 030 | 158 | 3 939 | 84,09 |
| TOTAL | 889 022 | 200 013 | 937 795 | |

FUENTE. PROEXPACIÓN (DATOS:ADIPROCA Y, LAMBERT PIE-SELVA, MARKETING, PERUVIAN HERITAGE)

La segunda columna del anexo 21 indica el valor exportado en dólares en puerto del Callao; la tercera columna menciona el peso que arroja el producto elaborado de camu camu; la cuarta columna detalla cuanto de fruta fresca se utilizó para la elaboración de dicho producto derivado y la quinta columna indica el precio por kg. en soles de los mencionados productos.

ANEXO 22

CADENA PRODUCTIVA NACIONAL DEL CAMU CAMU



ANEXO 23

CUADRO DE VALORIZACIONES DE ACTIVOS DE INVERSION

| CANTIDAD DE ACTIVOS | NUEVOS SOLES |
|---|--------------|
| 6 Ollas chiclayanas arroceras (s/.130 c/u) | 260 |
| 2 Ollas n°50 (s/. 80 c/u) | 160 |
| 2 Ollas n°60 (s/.95 c/u) | 190 |
| 3 Ollas n° 40 – 42 – 45 (s/. 50 c/u) | 150 |
| 2 Caserolas grandes (s/.130 c/u) | 260 |
| 6 Docenas de platos (s/.25 c/doc) | 150 |
| 6 Docenas de cucharas (s/.20 c/doc) | 120 |
| 6 Docenas de tenedores (s/.20 c/doc) | 120 |
| 6 Docenas de vasos (s/.15 c/doc) | 90 |
| 6 baldes para agua (s/.8 c/u) | 48 |
| 3 cucharones (s/.28 c/u) | 84 |
| 3 Espumaderas (s/.30 c/u) | 90 |
| 1 Espátulas | 25 |
| 6 Cuchillos (s/.8 c/u) | 48 |
| 4 Tablas picar verdura (s/. 25 c/u) | 100 |
| 4 Jarras (s/.20 c/u) | 80 |
| 4 Rayadores (s/.10 c/u) | 40 |
| 6 Tazones (s/.13 c/u) | 78 |
| 6 Coladores (s/.2 c/u) | 12 |
| 5 Lavatorios (juego) | 50 |
| 1 Licuadora | 420 |
| 1 Cocina grande a gas (de PRONAA) | 500 |
| 1 Cocina chica a gas | 170 |
| Equipo de Instalación de gas | 1 000 |
| 2 Balones grandes de gas (s/.125 c/u) | 250 |
| 3 Mesas (grande, mediana y chica) | 200 |
| 10 Banquitos s/. 9 c/u) | 90 |
| 10 Sillas (s/.10 c/u) | 100 |
| 2 Bancas (s/.20 c/u) | 30 |
| 1 Conservadora | 450 |
| 1 Batan de cemento (molienda) | 30 |
| Otros enseres (pizarra, reloj, escobas, recogedor, saleros, adornos, etc. | 100 |
| TOTAL | 5 495 |

ELABORACION PROPIA

ANEXO 24:**INDICES DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**

| 2008 | |
|-------------|------------|
| MES | IPC |
| ENERO | 115,11 |
| FEBRERO | 116,15 |
| MARZO | 117,36 |
| ABRIL | 117,54 |
| MAYO | 117,98 |
| JUNIO | 118,88 |
| JULIO | 119,54 |
| AGOSTO | 120,25 |
| SEPTIEMBRE | 120,93 |
| OCTUBRE | 121,67 |
| NOVIEMBRE | 122,05 |
| DICIEMBRE | 122,49 |

| 2009 | |
|-------------|------------|
| MES | IPC |
| ENERO | 122,62 |
| FEBRERO | 122,53 |
| MARZO | 122,97 |
| ABRIL | 122,99 |
| MAYO | 122,94 |
| JUNIO | 122,52 |

FUENTE: INEI

ANEXO 25

RELACION DE EMPRESAS COMPRADORAS DE CAMU CAMU (EN MILES DE DOLARES)

| Empresa | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | TOTAL |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Agroindustrial Peru Amazon Export | | | | 0.07 | | | | | 195,32 | 645,93 | 841.32 |
| Agroindustrial Del Peru | 195,53 | 195,70 | 536,71 | 576,00 | 15,57 | 6,56 | 104,72 | 329,31 | 230,91 | 616,27 | 2807,28 |
| Agroindustrias Backus | | | 0,03 | 0,04 | 0,16 | 0,03 | | | 299,66 | 346,02 | 645,95 |
| Oro Verde Holding | | | | | | | | 57,80 | 30,00 | 174,25 | 262.05 |
| Selva Industrial | | | | | | | | 7,75 | 41,35 | 87,62 | 136.72 |
| Universal Trading | | | | | | | 0,04 | 20,48 | | 54,90 | 75.41 |
| Rodríguez Herrera Maria del Pilar | | | | | | | | | | 47,47 | 47.47 |
| Agrícola San Juan del Oriente | | | | | | | | 8,04 | 16,08 | 22,40 | 46.52 |
| Bupo S.A.C | | | | | | | | | 2,60 | 18,18 | 20.78 |
| Visual Impact S.A.C | | | | | | | | | 0,02 | 17,25 | 17.27 |
| Otros | 143.64 | 53.51 | 84.29 | 111.41 | 24.78 | 604.25 | 153.28 | 86.54 | 90.63 | 91.53 | 1447.98 |
| TOTAL | 339.16 | 249.20 | 621.03 | 687.52 | 40.52 | 610.84 | 258.03 | 509.91 | 906.57 | 2121.82 | 6348.74 |

FUENTE: GOREAU, 2007

FOTOS

ANEXO 26: FOTOS DE PRODUCTORES DE ADIPROCAY



Productor mostrando Camu Camu en estado verde



Ing. Pablo Villegas con su esposa e hijos en su hogar
Caserío 7 de Junio - YARINACocha



Ing. Pablo Villegas en su chacra de Camu Camu



Ing. Pablo Villegas con almácigos



Esposa del Ing. Pablo Villegas en una de sus chacras con mayor tiempo de permanencia, mostrando frutos verdes



Don Basilio Inocente y su familia, uno de los mejores productores y innovadores de ADIPROCA Y. Produce camu camu de tipo orgánico,



Don Basilio mostrando su chacra de Camu Camu orgánico



Don Basilio mostrando Camu Camu en estado de flor



A la derecha, Don Manases, el hijo de Don Basilio Inocente, y a la Izquierda, mostrando su chacra de Camu Camu, brindando información valiosa para el presente estudio.

ANEXO 27: FOTOS DE RUTAS FLUVIALES



Puerto de Callao, Laguna deYarinacocha, Pucallpa



Laguna de Yarinacocha, hacia el caserío Bellavista



Laguna de Yarinacocha, hacia el caserío 7 de Junio



Caudaloso Río Ucayali, en un viaje a la comunidad “El Caco”

ANEXO 28: COMUNIDAD EL CACO



Se hizo un trabajo de campo, con el objetivo de constatar cantidades de Camu Camu arbóreo disponibles para ser comercializado ante una posible sustitución de Camu Camu arbustivo. El viaje a la comunidad El Caco Macaya comprobó la existencia de grandes cantidades de hectáreas donde se encontró Camu Camu arbóreo que no es comercializado por las comunidades que lo ocupan. Ante dicha oportunidad no aprovechada se juntó a la comunidad (bilingüe) en una reunión a la cual se les brindó charlas informativas, ello estuvo bajo la responsabilidad del Ing. Carlos Oliva Cruz, del IIAP de Pucallpa, tomándose fotos y grabando dicha reunión insitu.



En pleno proceso de cosecha de Camu Camu arbóreo en los rodales naturales



Visitando el último árbol de camu camu antes de la partida



Partiendo de la comunidad de regreso hacia el Puerto del Callao, con la cosecha de Camu Camu arbóreo colocada en las jabas



Tesista Eddy Rubio mostrando la cosecha de Camu Camu arbóreo

ANEXO 29: FOTOS DEL MERCADO BELLAVISTA
(PUCALLPA)

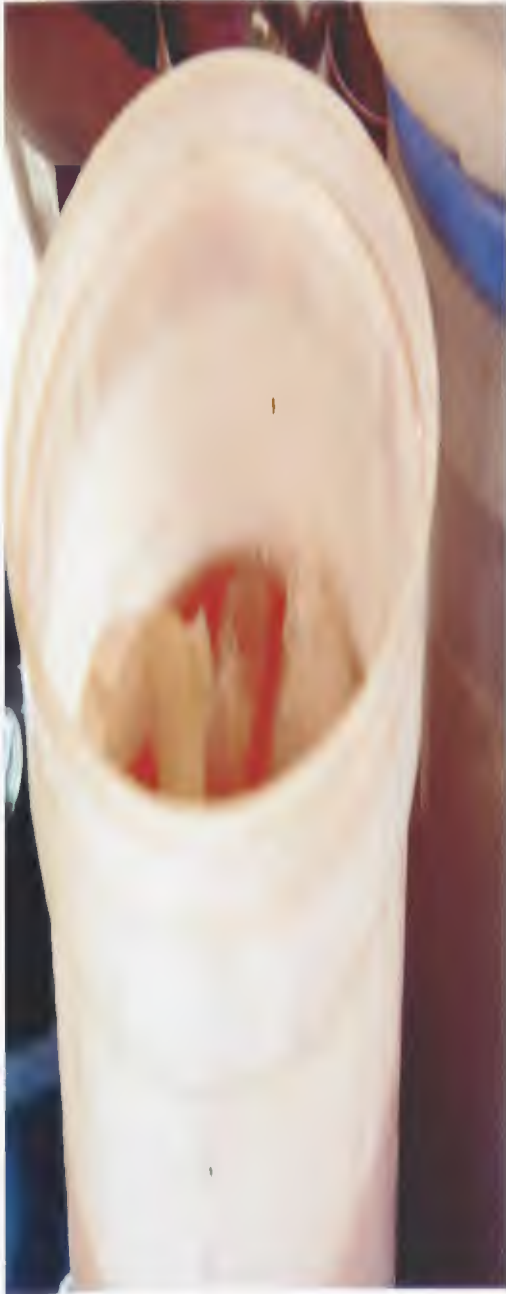


Entrada al mercado Bellavista de Pucallpa



Forma en que se comercializa el Camu Camu
en el mercado Bellavista





Presentación de refresco de Camu Camu con hielo que se ofrece en el mercado Bellavista, cuyo costo es de 0,5 céntimos el vaso grande. Este refresco es muy solicitado en Pucallpa junto al refresco de Cocona y las bebidas de Aguaje



Camu Camu, planta madre, investigada en el IIAP



Camu Camu Joven, con fruto



Camu Camu en el mes de Julio, sin producción



Clones de Camu Camu, estudiados por el IIAP - Pucallpa



Tesista Eddy Rubio junto al Ing. Carlos Oliva Cruz del IIAP



Ing Rita Rivas, distinguida docente de la UNU, en un trabajo de campo con sus alumnos. Años atrás trabajaba también en el IIAP



Ing. Rita Rivas con una planta de Camu Camu

ANEXO 31: FOTOS DE INSTITUCIONES LIGADAS AL DESARROLLO DEL CAMU CAMU



INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN AGRARIA
INIA - PUCALLPA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI - UNU



EMPRESA "SAN JUAN"



SUCURSAL MINISTERIO DE AGRICULTURA - PUCALLPA

ANEXO 32: TIPOS DE PRODUCTOS ELABORADOS A BASE DE CAMU CAMU



Mermeladas, Yogurts, Néctares,



Helados de camu camu (festival de camu camu 2008)



Pulpa de camu camu envasada al vacío



Néctar de camu camu