

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
ESCUELA DE POST GRADO EN CIENCIAS ECONOMICAS
MENCION EN MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



TESIS

**“Características de Nuevos Productos no Tradicionales de La Libertad y
su Inserción exitosa en el Mercado Internacional”.**

Para Optar el Grado de:

MAESTRO EN MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor:

Horacio Rojas Portocarrero

Asesor:

Dr. Lucero Uceda Dávila

Trujillo, Perú

2015

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Dado Cumplimiento a las disposiciones emanadas del Reglamento de Grados y Títulos de La Escuela de Post Grado en Ciencias Económicas, de la Universidad Privada Antenor Orrego, someto a vuestra consideración y elevado criterio el presente trabajo titulado.

“Características de Nuevos Productos no Tradicionales de La Libertad y su Inserción exitosa en el Mercado Internacional”

Con el cual se pretende obtener el grado de Maestro en Marketing y Negocios Internacionales.

Es propicia la oportunidad para expresar mi agradecimiento a esta alma Mater y a toda su plana docente, que con su capacidad y dedicación han contribuido decididamente a mi formación profesional; y de manera particular a la *Dra. Lucero Uceda Dávila* por el asesoramiento brindado en el desarrollo de la tesis; y por las facilidades proporcionadas para la culminación del mismo.

Horacio Rojas Portocarrero

DEDICATORIA

*A mi esposa Dina y mis
hijas Luciana y Adriana.*

*Por su amor brindado,
comprensión y motivación
en todo momento para el
cumplimiento de mis metas.*

*A mis padres, Horacio y
Blanca.*

*Por ser el pilar fundamental
en toda mi educación, tanto
académica, como de la vida,
por su incondicional apoyo
que se mantiene a través del
tiempo.*

A mi tío Weyder.

*Por su asesoramiento,
apoyo constante y
desinteresado en la
elaboración de mi tesis,
absolviendo todo tipo de
dudas tanto de forma y
contenido.*

RESUMEN

El presente trabajo está centrado en determinar las características de los productos no tradicionales y la forma de inserción en el mercado internacional. Por su naturaleza la investigación tiene en cuenta a los productos de exportación no tradicional, priorizando su volumen, característica e importancia. Como materiales se utilizaron informes, boletines, archivos de instituciones públicas y privadas, así como las páginas académicas de internet. De manera general podemos decir que entre enero y abril de 2012 las exportaciones tradicionales ascendieron al 87,70 %, decayendo en el mismo período en el 2013 a 80,90%. En cambio las exportaciones no tradicionales en los mismos períodos y años se incrementaron de 13% a 19.10%. El destino de las exportaciones se centra en Suiza con el 45,5 %; seguido por Canadá, con el 15 % e India con el 11,6 %, todos con oro. El mercado de destino es el de Estados Unidos con el 25% del valor de las exportaciones no tradicionales; se envía principalmente productos agropecuarios y textiles. En La Libertad la exportación de productos no tradicionales sufrieron altibajos, tal es así que en enero de 2012 y enero de 2013 sufrió una baja de \$ 35 498 a \$ 29 749 pero en el período de abril 2012 y abril 2013 se tuvo un ligero incremento de \$ 26 455 a \$ 30 753.

Las características que dan a nuestros productos una aceptación en el mercado nacional e internacional están centradas en la calidad de los suelos, el clima, la presencia de agua y la variedad de productos con demanda en el mercado. El consumidor prefiere alimentos frescos, poco grasos y dulces, congruentes con una nutrición sana, estética y ecológicamente limpia. Se recomienda al agricultor el cultivo de productos con cierto valor agregado, de calidad y que sea competitivo, así como generar políticas de coordinación entre las instituciones, a fin de garantizar un mercado adecuado que posibilite la comercialización por las vías más rápidas.

Palabras Claves: Productos no tradicionales y el mercado internacional

ABSTRACT

The present work is focused on determining the characteristics of non-traditional products and the type of participation in the international market. By its nature the research takes into account the non-traditional export products, prioritizing their volume and importance feature. As materials reports, bulletins, records of public and private institutions as well as academic Internet sites are used. In general we can say that between January and April 2012 the traditional exports totaled 87.70 % decline in the same period in 2013 to 80.90 %. Instead nontraditional exports in the same periods and years increased from 13% to 19.10%. The export destination centers in Switzerland with 45.5 %, followed by Canada with 15% and India with 11.6 %, all with gold. The target market is the United States with 25 % of the value of non-traditional exports, mainly agricultural products and textiles sent. In La Libertad export of non-traditional waxed and waned, so much so that in January 2012 and January 2013 suffered a loss of \$35,498 to \$29,749 but in the period from April 2012 to April 2013, a slight increase was of \$ 26,455 to \$30,753.

The characteristics that give our products an acceptance in the national and international markets are focused on the quality of the soil, the climate, the presence of water and the variety of products with market demand. The consumer prefers fresh, low fat and sweet, consistent with a healthy nutrition, aesthetic and ecologically clean food. Farmers growing certain products with added value, quality and is recommended to be competitive and generate policy coordination among institutions , to ensure an adequate market that enables marketing by the quickest route .

Key Works: Non-traditional products and international market.

INDICE GENERAL

1.INTRODUCCION, ANTECEDENTES, JUSTIFICACION, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS	3
1.1. Realidad Problemática	3
1.2. Antecedentes del Problema	6
1.3. Justificación	7
1.4. Planteamiento del Problema	8
1.5. Objetivos	8
2. MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL	9
2.1. Marco Teórico	9
2.2. Marco Conceptual	13
3. MATERIALES Y METODOS	20
3.1. Materiales y Métodos	20
3.1.1. Material de Estudio	20
3.1.2. Métodos y Técnicas	21
3.1.3. Unidad de Análisis	21
4. PRESENTACION DE RESULTADOS Y DISCUSION	23
4.1. La Libertad: Desempeño Económico	23
4.2. Las Exportaciones	26
4.3. Exportación de productos no tradicionales	28
4.4. Productos Agropecuarios	28
4.5. Productos Textiles	29
4.6. Productos Pesqueros	29
4.7. Productos Químicos	29
4.8. Productos de Metal – Mecánica	30
4.9. Productos Siderúrgico-Metalúrgicos	30
4.10. Destino de las Exportaciones	36
4.11. Características de las Exportaciones	37
4.12. Mecanismos de Inserción	40
5. CONCLUSIONES	45
6. RECOMENDACIONES	49
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	50
ANEXOS	51

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Exportaciones Definitivas Por Sectores Económicos: Enero – Diciembre 2012 (Millones De Dólares)	27
Cuadro 2: Exportaciones por grupo de productos 1/ (Valor FOB en miles de US\$)	31
Cuadro 3: Principales países de destino y principal producto exportado 1/enero-abril	32
Cuadro 4; Principales destinos: Exportaciones No Tradicionales (Millones US \$)	33
Cuadro 5: La Libertad: Exportaciones no tradicionales de productos agropecuarios 1/(Miles de US \$ FOB)	34

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estructura de las Exportaciones por Grupo de Producto (Enero-Abril 2012-2013)	26
Gráfico 2 Estructura De Exportaciones No Tradicionales: Enero-Diciembre 2012	28
Gráfico 3: Región La Libertad: Valor de las exportaciones tradicionales y no tradicionales, enero a marzo 2011 – 2012	35
Gráfico 4: Exportaciones FOB por Países de Destino	36
Gráfico 5: Exportaciones FOB por Bloques Comerciales: Enero-Diciembre 2012	37

1. INTRODUCCION, ANTECEDENTES, JUSTIFICACION, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1. Realidad Problemática

Es necesario entender las dos categorías principales que se utilizan para clasificar las exportaciones: Éstas son las exportaciones tradicionales y las exportaciones no tradicionales.

Tal como indican los nombres, las exportaciones tradicionales comprenden aquellos productos que dominaron las exportaciones peruanas en el pasado (y, en parte, lo siguen haciendo). Las exportaciones tradicionales incluyen básicamente productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado, esto está determinado por el Decreto Supremo 076-92-EF.

Las exportaciones no tradicionales, en cambio, incluyen los productos que son exportados desde tiempos más recientes y lo integran las partidas arancelarias no señaladas en la

norma y son productos que tienden a tener un mayor valor agregado. El BCR los agrupa en agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, químicos, metal-mecánicos, sidero-metalúrgicos y joyería, minería no metálica y otros. Las exportaciones peruanas se habían duplicado entre los años 2001 y 2005.

En un informe publicado por la actual División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo, de la CEPAL, se plantearon los siguientes criterios y limitaciones para caracterizar los productos básicos como no tradicionales (CEPAL, 1992): el producto no debe estar incluido en el Programa Integrado para los Productos Básicos (los 18 enumerados en la Resolución 93 (IV) de la UNCTAD) el producto no debe pertenecer al grupo de los energéticos; su exportación puede ser un fenómeno nuevo para el país productor; el país exportador podría encontrar un nuevo mercado para este rubro; el producto puede aparecer en el mercado fuera de la temporada tradicional; y la exportación del producto debe ser de cierta importancia para algún sector de la economía del país.

De acuerdo con esos criterios se han seleccionado los productos pesqueros, forestales y algunos agroindustriales. El rasgo en común que caracteriza a esos productos básicos es que se originan en procesos biológicos y representan una considerable proporción de la biomasa de la Tierra. Cabe agregar que esos criterios no son absolutos ni rígidos, ya que en el curso del tiempo esos productos pueden dejar de considerarse como no tradicionales.

Las exportaciones tradicionales, en abril del 2006, tuvieron un valor de 1,354 millones de dólares. Las exportaciones no tradicionales, en cambio, sólo llegaron a 372 millones de dólares en el mismo mes. Nuestro producto estrella dentro de las exportaciones tradicionales es el cobre.

Las exportaciones de cobre significaron un ingreso de 436 millones de dólares en abril del 2006, seguidas por las exportaciones de oro (330 millones) y petróleo (163 millones). Los otros productos tradicionales como la harina de pescado (62,9 millones)

y el café (7,8 millones) están bastante rezagados. Las exportaciones tradicionales de algodón y azúcar llegan, hoy por hoy, casi a cero.

El boom del cobre se debe a la fuerte demanda por parte de la China y los EE.UU. Ambos son países líderes en la producción de artefactos electrónicos para cuyos circuitos se requiere cobre. El principal exportador de cobre en el mundo es Chile.

Comparando abril del 2005 con abril del 2006 vemos que las exportaciones en el Perú, han crecido en 38,9 %. Sin embargo, este crecimiento se debe sobre todo a las exportaciones tradicionales. Además, estamos frente a ganancias condicionadas no tanto por logros propios, sino más bien por un alto precio en los mercados internacionales. En abril del año 2001, el precio promedio de todas nuestras exportaciones era casi la mitad del precio promedio cinco años después.

Ahora bien, si nos fijamos solamente en los productos no tradicionales, el crecimiento de las exportaciones ha sido del 11 % entre abril del 2005 y abril del 2006. Estos representan el 21 % de nuestras exportaciones totales (372 millones de dólares de un total de 1,739 millones de dólares).

Sin embargo en el 2012 las exportaciones de productos no tradicionales disminuyeron 4,3 %, siendo los mayores descensos en productos textiles y químicos.

Por otro lado es preciso remarcar que el principal mercado de destino es el de Estados Unidos que representa el 25 % del valor de las exportaciones no tradicionales; a este mercado se envía principalmente productos agropecuarios y textiles. En este período destacó la disminución de los embarques a Venezuela, en mayor medida de productos textiles.

En el Departamento de La Libertad la exportación de productos no tradicionales sufrieron altibajos, tal es así que en enero de 2012 y enero de 2013 sufrió una baja de \$ 35 498 a \$ 29 749 pero en el período de abril 2012 y abril 2013 se tuvo un ligero incremento de \$ 26 455 a \$ 30 753. Todo ello significa que los mercados internacionales se mueven en función a problemas de coyuntura y a problemas de

carácter estructural, como es el caso de la crisis económica internacional que ha determinado la baja en la exportación de muchos de nuestros productos.

1.2. Antecedentes del Problema

Una visión retrospectiva de las publicaciones sobre el comercio exterior de América Latina permite concluir que las exportaciones no tradicionales aparecieron en documentos de la CEPAL ya a principios de los años setenta. En algunos de ellos se mencionaba o se analizaba la necesidad de aumentarlas con el objeto de diversificar los productos y los mercados de exportación dentro del marco de las políticas de promoción de las ventas externas manufactureras (CEPAL, 1973a; CEPAL, 1973b). Por ejemplo, entre los países de la Asociación de Libre Comercio del Caribe (CARIFTA) – actualmente la Comunidad del Caribe (CARICOM)– esa idea surgió para amortiguar los posibles efectos negativos de la incorporación del Reino Unido a la Comunidad Económica Europea.

Para los países del Mercado Común Centroamericano tal objetivo se consideraba desde el punto de vista de sus planes de desarrollo, mientras que en algunos otros casos era un elemento de sus metas. Así, en el de Ecuador el marco fue el Plan Integral de Transformación y Desarrollo 1973-1977; en el de Uruguay, el Plan de Desarrollo 1973-1976. En el Plan a Mediano Plazo del Comercio Exterior formulado en Perú se preveía un mayor grado de elaboración de los productos exportables y la colocación de nuevos bienes en los mercados externos, es decir, se trataba de diversificar las ventas externas. En esas publicaciones de la CEPAL no se ofrecía una definición clara del término en cuestión un enfoque contradictorio, ya que, por una parte, se trata de las políticas de promoción de las exportaciones manufactureras (CEPAL, 1973a: 3), mientras que, por la otra, en el cuadro sobre las exportaciones no tradicionales se mencionan tanto productos primarios (pescados, arroz, semillas oleaginosas y otros), como productos elaborados (papel, cartón, impresos, productos de hierro y aluminio) (CEPAL, 1973b: 7).

En suma, inicialmente las exportaciones no tradicionales se asociaban a los productos de exportación manufacturados y nuevos, cuyas ventas debían aumentarse de modo

sustancial. En otras palabras, los productos exportables no tradicionales eran definidos por los objetivos de la política de comercio exterior de cada país, orientada a diversificarlos. Es muy ejemplar la definición contenida en la ley de promoción de las exportaciones no tradicionales y su reglamento, adoptados en Perú en 1979: "Se consideran bienes de exportación no tradicional a todos aquellos no incluidos en la lista de productos de exportación tradicional aprobada mediante Decreto Supremo" (Artículo 2). En Chile, para los objetivos prácticos, su definición es parecida a la citada, pero su contenido es diferente: "Se consideran no tradicionales todos los productos excepto: cobre, harina de pescado, celulosa, hierro, salitre, plata metálica, óxido y ferromolibdeno, minerales de oro, rollizos de madera, madera aserrada y cepillada, metanol y las principales frutas frescas" (Prochile, 1998: 53).

En ambos casos las definiciones son muy concretas, pero no se destaca el hecho de que uno u otro producto pertenezca a la categoría de manufacturados, intermedios o materias primas. Con el paso del tiempo, en la mente de los investigadores y en las publicaciones se formó paulatinamente la noción de que las exportaciones no tradicionales incluían los productos básicos, es decir, materias primas y productos de sus primeros tratamientos. Así, en las investigaciones sobre las ventas externas de productos básicos no tradicionales se analizan principalmente los rubros agroindustriales, forestales, minerales y pesqueros. (Kouzmine, 2000: 08).

1.3. Justificación

Las exportaciones de productos resultan siendo hoy por hoy de vital importancia para la economía de un país, ya que estas generan divisas para el Estado. En tal sentido es necesario realizar estudios que nos permitan tener la real dimensión del significado de los productos que constituyen de exportación y así contribuir de una manera científica de cuáles son esos productos, que es lo que se exporta y qué es lo que debemos preparar para su exportación. Teniendo la información necesaria podemos, con conocimiento de causa, decir que es lo que tenemos y que es lo que necesitamos.

Todo ello significa que teóricamente, se aporta al conocimiento con ideas centradas en los productos no tradicionales, es decir en aquellos productos con cierto valor agregado

que en estos últimos tiempos se viene exportando a nivel nacional y de manera particular del Departamento de La Libertad.

Desde el punto de vista práctico permite a las instituciones tutelares generar políticas adecuadas para incrementar el volumen y la calidad de los productos y de esta manera obtener mayores divisas para que el Estado y los gobiernos de turno impulsen el desarrollo en los diferentes sectores, contribuyendo de esta manera a una mejor calidad de vida de la población.

Metodológicamente observamos que en etapas diferentes existen comportamientos también diferentes de los mercados, debido fundamentalmente a situaciones de coyuntura referidas al alza o bajo de los precios en el mercado internacional o a cuestiones estructurales expresadas en las crisis propias del sistema. Un conocimiento a este nivel prevé situaciones y por ende permite tomar con cautela el volumen de la producción, guardando siempre la calidad del producto. Este aporte en el campo del método es de importancia porque precisa tener muy presente cada una de las etapas en su real dimensión.

1.4. Planteamiento del Problema

¿Cuáles son las características de los productos no tradicionales de exportación del Departamento de La Libertad y de qué manera se inserta en el mercado internacional?

1.5. Objetivos

a. Objetivo General

Precisar las características de los productos no tradicionales de exportación, así como su inserción en el mercado internacional.

b. Objetivos Específicos

Precisar los productos no tradicionales requeridos por el mercado Internacional.
Precisar los mecanismos de inserción de los productos no tradicionales en el mercado internacional.

2. MARCO TEORICO Y MARCO CONCEPTUAL

2.1. Marco Teórico

El papel del comercio exterior en los procesos de desarrollo económico ha generado un intenso debate en las tres últimas décadas en los países de América Latina y el resto del mundo. Las actuales transformaciones de la economía y la política mundial, responden a la generalización de modelos liberales y a factores políticos y geopolíticos en los países de la región, haciéndose relevante el debate sobre los problemas de ajuste económico por la dinámica de las exportaciones. Las ganancias de un sector exportador sólido y diversificado se reflejan en la dinámica del mismo, situación que puede originar un comportamiento favorable en el crecimiento económico de un país.

La economía internacional se fundamenta en el estudio de los problemas que surgen a partir de las relaciones comerciales entre los países, circunscritos al problema de las transacciones económicas internacionales, caracterizadas por factores del comercio internacional dentro del intercambio de bienes económicos, originando las

importaciones y exportaciones de mercancías. Es decir, que el comercio internacional analiza los problemas vinculados al intercambio de bienes y servicios entre estos.

De ahí que el carácter positivo de la teoría del comercio internacional se orienta a explicar los patrones del comercio y el sistema de precios, al indagar por el origen del mismo, sus determinantes y cómo, éstos afectan los patrones de especialización. Por su parte, el carácter normativo se define y construye dentro de la política comercial a partir del examen de la naturaleza de los beneficios asociados al comercio.

Para los países en desarrollo, el comercio internacional y en especial la promoción de las exportaciones ofrecen oportunidades de empleo y ganancias (divisas) que permiten pagar productos extranjeros no disponibles en el mercado local y que incluidos contribuyen al fortalecimiento del aparato productivo como lo son aquellos intensivos en tecnología. Para estos países es importante el comercio internacional ya que este tipo de negociaciones brinda la oportunidad de crecer industrial, técnica y tecnológicamente. Ellos han tratado de mejorar sus variables macroeconómicas con base en la promoción de exportaciones, estableciendo metas como: bajos niveles de desempleo, tasas de crecimiento económico, estabilidad de precios internos y estabilidad en la balanza comercial, que están determinando el contexto. (Soto V., I, 2011)

En el curso de los últimos tres decenios, varios países de América Latina han desarrollado las exportaciones de productos básicos no tradicionales, término que usan tanto los investigadores como los medios de comunicación. Sin embargo, las definiciones de este concepto difieren muchísimo entre países y también entre expertos, ya que unas se basan en enfoques prácticos, mientras que otras abogan por ciertos criterios lógicos.

Es preciso tener en cuenta que las perspectivas de las exportaciones no tradicionales dependen principalmente de su demanda mundial y su competitividad.

Ocasionalmente, en las exportaciones de los países aparecen productos nuevos de comportamiento muy dinámico, o bien las ventas externas de algún producto exportable crecen a altas tasas, cambia su importancia en la economía respectiva, e incluso se

modifica la estructura de exportaciones del país. Esas ventas externas han sido denominadas “exportaciones no tradicionales” y, en varias economías de la región, han desempeñado y siguen desempeñando un papel muy importante como fuentes de divisas y de trabajo. Sin embargo, existen varias interpretaciones del concepto mismo de exportación no tradicional, las cuales, a veces, no son comparables. (Kouzmine, 2000: 07)

Von Hesse, al definir los bienes exportables tradicionales y no tradicionales se refiere al informe publicado por la Unidad de Desarrollo Agrícola de la CEPAL en 1993 (CEPAL, 1993). En éste se afirma que "el concepto de exportación tradicional ha estado asociado en Latinoamérica a aquellos productos que concentraban un alto porcentaje de los ingresos de divisas por exportaciones de los países". Por otra parte, en este estudio se considera que un producto es de exportación tradicional "si es que a lo largo del presente siglo y, hasta antes de la crisis de la deuda externa, integró la lista de los productos que concentraron la mayor parte del valor de las exportaciones agrícolas regionales". Con este criterio se identificaron los 25 productos básicos exportados por la región durante el período 1937-1947. Como productos agrícolas de exportación tradicional se mencionan café, azúcar, algodón, carne, maíz, trigo, cueros, lana, aceite de linaza, tabaco, cacao, madera, arroz, plátanos, quebracho y cera vegetal, a los cuales se agregó posteriormente la soja.

Los productos no tradicionales se han determinado como el complemento de esa lista, pero se ha prestado mayor atención a aquellos productos agrícolas que satisfagan ciertos criterios cualitativos asociados tanto a la dinámica de la demanda mundial de dichos productos como a las características de su oferta.

A decir de Gabriele (1997) Las exportaciones de productos tradicionales comprenden cacao, tabaco (sin procesar), especias, carne y animales vivos, camarón y otros productos del mar, madera, petróleo, cuero, plata, plomo, zinc, café, algodón y azúcar. Todos los demás productos corresponden a las exportaciones no tradicionales, que pueden subdividirse en intensivas en capitales humanos e intensivos en tecnología. Estas últimas comprenden los productos más avanzados y modernos, que tienden a

insertarse a los segmentos de los mercados internacionales que crecen con mayor rapidez.

Como se ve, las definiciones de las exportaciones no tradicionales arriba mencionadas pueden dividirse en dos grupos: las que se basan en la CUCI o utilizan un enfoque práctico (legislación y criterios de algunos países, las pautas de Gabriele), y las que parten de algunos principios lógicos (publicaciones de la CEPAL durante los años noventa). Sin embargo, ninguna de esas definiciones puede considerarse cabalmente estricta, satisfactoria o de aplicación universal y apenas es posible utilizarlas como herramientas para evaluar el proceso o las tendencias de la inserción internacional de América Latina.

Las definiciones examinadas presentan un fenómeno común y usual: no se especifica el plazo en que estas exportaciones dejan de ser no tradicionales y se convierten en tradicionales. Asimismo, durante los últimos dos decenios nunca se ha anunciado que algún producto de exportación pasara de no tradicional a tradicional. Además, si las exportaciones de un producto relativamente nuevo en un país exhiben tendencias muy dinámicas y éstas se comparan con los valores de las mismas exportaciones para la región en su conjunto, pueden perder toda su relevancia, ya que en algunos casos la comparación de una dinámica nacional con la regional puede hacer que las tendencias de la primera pasen inadvertidas. Por ello, los ejercicios de este tipo deben hacerse entre países exportadores.

En el Departamento de La Libertad en estas dos últimas décadas se ha incrementado la producción y exportación de productos no tradicionales. En la agroindustria, tenemos la caña de azúcar y su correspondiente industrialización. De igual forma podemos mencionar el calzado que ha traspuesto fronteras, sobre todo por la calidad del producto. La Libertad viene produciendo en su costa un espárrago (verde, blanco, etc.) de calidad de exportación; así como paprika, tomate, alcachofa, etc constituyéndose en la región líder. El arroz del Valle está siendo muy bien cotizado por nuestros vecinos del norte. La piña y las uvas van ocupando un espacio en el mercado de la región y van llegando a

los países del norte. A esto se le suma el uso de tecnologías de riego, como el riego por goteo y el control satelital.

Por otro lado, podemos decir, el clima de la costa Libertense es "semitropical" (más de 18° C en promedio), que le dan una vitalidad especial a nuestro suelo, donde los productos antes mencionados crecen sin mayor dificultad, indudablemente en concordancia con la moderna tecnología.

2.2. Marco Conceptual

En el caso de las exportaciones, éstas se clasifican en tradicionales y no tradicionales. Las exportaciones tradicionales incluyen básicamente productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado determinados por el Decreto Supremo 076-92-EF. Son considerados como exportaciones no tradicionales las demás partidas arancelarias no señaladas en esa norma y son productos que tienden a tener un mayor valor agregado. Para fines de presentación el BCR los agrupa en agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, químicos, metal-mecánicos, sidero-metalúrgicos y joyería, minería no metálica y otros.

En el trabajo de Milton von Hesse (1994: 21), dedicado a las exportaciones agrícolas, se definen los productos tradicionales y, como complemento, los no tradicionales. Según este autor, los productos agrícolas tradicionales son aquellos que entre las dos grandes crisis económicas del siglo XX integraron –en distintos subperíodos– la lista de los productos que representaban más de las tres cuartas partes de las exportaciones latinoamericanas. Entre las exportaciones de productos no tradicionales se destacan las de jugos de fruta (básicamente de naranja) procedentes de Brasil; las de tomates, de México; las de uva, de Chile; y las de flores cortadas, de Colombia. Además, se indica que a pesar del crecimiento y diversificación de las exportaciones no tradicionales durante el período 1983-1992, todavía incluían un número limitado de productos.

La definición de las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales que presenta Alberto Gabriele (1997) (UNCTAD), apunta a su uso práctico y se basa en la

Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), es decir, en un criterio uniforme y relativamente simple.

Producto no tradicional es aquel que resulta de usar la materia prima sometiéndola a un proceso el cual requirió mucha energía para transformarla en un producto derivado con un alto valor agregado. El producto usa el término "no tradicional" debido a que no solo incluye lo agrícola, sino también otros rubros como la tecnología.

A partir de este planteamiento se observa un fenómeno común y usual: no se especifica el plazo en que estas exportaciones dejan de ser no tradicionales y se convierten en tradicionales. Asimismo, durante los últimos dos decenios nunca se ha anunciado que algún producto de exportación pasara de no tradicional a tradicional.

La División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo, de la CEPAL, planteó los siguientes criterios y limitaciones para caracterizar los productos básicos como no tradicionales (CEPAL, 1992): el producto no debe estar incluido en el Programa Integrado para los Productos Básicos (los 18 enumerados en la Resolución 93 (IV) de la UNCTAD. Esos productos son banano; cacao; café; algodón e hilaza de algodón; fibra dura y sus productos; yute y sus productos manufacturados; carne bovina; caucho; azúcar; té; madera tropical; aceite vegetal y semillas oleaginosas; bauxita; cobre; mineral de hierro; manganeso; fosfato y estaño. Según la clasificación de las Naciones Unidas, los productos básicos incluyen un conjunto de rubros que figuran en las secciones 0,1,2,3,4 y 9, y el capítulo 68 de la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI). CEPAL SERIE Comercio internacional N°7) el producto no debe pertenecer al grupo de los energéticos; su exportación puede ser un fenómeno nuevo para el país productor; el país exportador podría encontrar un nuevo mercado para este rubro; el producto puede aparecer en el mercado fuera de la temporada tradicional; y la exportación del producto debe ser de cierta importancia para algún sector de la economía del país.

De acuerdo con esos criterios se han seleccionado los productos pesqueros, forestales y algunos agroindustriales. El rasgo en común que caracteriza a esos productos básicos es

que se originan en procesos biológicos y representan una considerable proporción de la biomasa de la Tierra. Cabe agregar que esos criterios no son absolutos ni rígidos, ya que en el curso del tiempo esos productos pueden dejar de considerarse como no tradicionales.

En el trabajo de Milton von Hesse (1994), dedicado a las exportaciones agrícolas, se definen los productos tradicionales y, como complemento, los no tradicionales. Según este autor, los productos agrícolas tradicionales son aquellos que entre las dos grandes crisis económicas del siglo XX integraron –en distintos subperíodos– la lista de los productos que representaban más de las tres cuartas partes de las exportaciones latinoamericanas. Entre las exportaciones de productos no tradicionales se destacan las de jugos de fruta (básicamente de naranja) procedentes de Brasil; las de tomates, de México; las de uva, de Chile; y las de flores cortadas, de Colombia. Además, se indica que a pesar del crecimiento y diversificación de las exportaciones no tradicionales durante el período 1983-1992, todavía incluían un número limitado de productos.

Al definir los bienes exportables tradicionales y no tradicionales, von Hesse se refiere al informe publicado por la Unidad de Desarrollo Agrícola de la CEPAL en 1993 (CEPAL, 1993). En éste se afirma que "el concepto de exportación tradicional ha estado asociado en Latinoamérica a aquellos productos que concentraban un alto porcentaje de los ingresos de divisas por exportaciones de los países". Por otra parte, en este estudio se considera que un producto es de exportación tradicional "si es que a lo largo del presente siglo y, hasta antes de la crisis de la deuda externa, integró la lista de los productos que concentraron la mayor parte del valor de las exportaciones agrícolas regionales". Con este criterio se identificaron los 25 productos básicos exportados por la región durante el período 1937-1947. Como productos agrícolas de exportación tradicional se mencionan café, azúcar, algodón, carne, maíz, trigo, cueros, lana, aceite de linaza, tabaco, cacao, madera, arroz, plátanos, quebracho y cera vegetal, a los cuales se agregó posteriormente la soja.

Los productos no tradicionales se han determinado como el complemento de esa lista, pero se ha prestado mayor atención a aquellos productos agrícolas que satisfagan ciertos

criterios cualitativos asociados tanto a la dinámica de la demanda mundial de dichos productos como a las características de su oferta.

La definición de las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales que presenta Alberto Gabriele (1997) (UNCTAD), apunta a su uso práctico y se basa en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), es decir, en un criterio uniforme y relativamente simple. Las exportaciones de productos tradicionales comprenden cacao, tabaco (sin procesar), especias, carne y animales vivos, camarón y otros productos del mar, madera, petróleo, cuero, plata, plomo, zinc, café, algodón y azúcar. Todos los demás productos corresponden a las exportaciones no tradicionales, que pueden subdividirse en intensivas en capital humano e intensivo en tecnología.

Estas últimas comprenden los productos más avanzados y modernos, que tienden a insertarse a los segmentos de los mercados internacionales que crecen con mayor rapidez.

Como se ve, las definiciones de las exportaciones no tradicionales (supra) pueden dividirse en dos grupos: las que se basan en la CUCI o utilizan un enfoque práctico (legislación y criterios de algunos países, las pautas de Gabriele), y las que parten de algunos principios lógicos (publicaciones de la CEPAL durante los años noventa). Sin embargo, ninguna de esas definiciones puede considerarse cabalmente estricta, satisfactoria o de aplicación universal y apenas es posible utilizarlas como herramientas para evaluar el proceso o las tendencias de la inserción internacional de América Latina.

Además, si las exportaciones de un producto relativamente nuevo en un país exhiben tendencias muy dinámicas y éstas se comparan con los valores de las mismas exportaciones para la región en su conjunto, pueden perder toda su relevancia, ya que en algunos casos la comparación de una dinámica nacional con la regional puede hacer que las tendencias de la primera pasen inadvertidas. Por ello, los ejercicios de este tipo deben hacerse entre países exportadores. Por otra parte, los criterios para identificar las exportaciones no tradicionales pueden elaborarse y seleccionarse sobre la base de lo que mencionamos anteriormente.

Las consideraciones precedentes ponen de relieve que en cada investigación de las exportaciones no tradicionales hay que establecer un conjunto de criterios claros y expresivos. La tarea de analizar el comportamiento de las exportaciones no tradicionales (principalmente productos básicos con diferentes grados de transformación o sin ella) exige por lo menos tres criterios: i) elegir uno o más productos cuya dinámica de exportación incide o incidía en la estructura de las ventas externas de un país; ii) determinar el período de mayor dinamismo de esas exportaciones en algún país, después del cual ya se vuelven tradicionales; iii) enfocar y analizar dichas ventas externas en uno o más países, por separado, en el curso de ese período y hasta el momento actual, con énfasis en su importancia cuantitativa en las exportaciones totales. Además, otra tarea presente es la de determinar el grado de diversificación de los mercados de destino. En suma, el análisis de las exportaciones en cuestión durante un período determinado puede caracterizar y evaluar, con cierta claridad, ese fenómeno y sus consecuencias para algunos países y sus sectores económicos.

Para analizar el comportamiento de las exportaciones latinoamericanas de productos no tradicionales se tuvo en cuenta un grupo de productos básicos, principalmente agroindustriales y pesqueros (camarones, CUCI 036.11; flores cortadas, CUCI 292.71; café soluble, CUCI 071.2; vino, CUCI 112.1) que indujeron modificaciones en la estructura de las ventas externas de los países exportadores. Para considerarlas como exportaciones no tradicionales se fijó un período de no más de 10 años a partir del comienzo de su dinámico desarrollo. Dichos productos se examinan en el marco de sus ventas por parte de cada país exportador de la región y, a la vez, se presta especial atención a sus condiciones de acceso a los mercados externos. Actualmente, la mayor parte de esos productos exportables ya no puede considerarse como no tradicional, pero siguen desempeñando un papel importante en las exportaciones y en el desarrollo de varios países de la región.

Reafirmando lo expresado, estamos en condiciones de decir que desde un punto de vista técnico para el comercio internacional, un producto es considerado como "tradicional" cuando el valor agregado en su proceso de producción u obtención no es lo suficientemente importante como para transformar su esencia natural.

Para entender mejor este concepto, se recurrirá al siguiente ejemplo. Durante la temporada de cosecha, un agricultor recolecta fresas de su finca, las limpia, empaqueta y vende en un mercado local. En este caso, las fresas en el puesto de ventas son un producto tradicional, dado que no sufrieron una transformación importante en su esencia desde que fueron recolectadas hasta que se pusieron a la venta. En el caso anterior, si el agricultor recoge las fresas, las lava, selecciona las de mejor calidad, las corta en trozos, prepara una jalea y la envasa, está procesando un producto con un alto valor agregado (la jalea es un producto no tradicional), dado que se requirió de mucha energía para transformar la fruta en un producto derivado.

El concepto de "producto tradicional" se suele confundir con aquellos productos que tradicionalmente han sido producidos por un país. Por ejemplo, Costa Rica tradicionalmente produce café, dado que es un producto que usualmente se ha venido cosechando en este país durante el último siglo. Sin embargo, el término técnico comercial no tiene que ver en absoluto con el tiempo que un país viene produciendo un artículo, sino con el valor que se agregue a su producción para hacer de éste un producto más elaborado.

Estos conceptos son de suma importancia para el comercio internacional, dado que permiten evaluar el nivel de impacto de la balanza comercial sobre los recursos económicos del país. Esto por una simple razón: para producir bienes tradicionales, el fabricante no requiere de mayores insumos, ni mano de obra ni invertir significativamente en el proceso productivo. Es decir, cualquier persona puede recolectar fresas, empaquetarlas y venderlas. No obstante, para producir bienes "no tradicionales", se requiere de mayor mano de obra (alguien que seleccione la fruta, otro que la cocine, etc.), una inversión mayor y un proceso logístico que involucre mayores recursos económicos.

Desde este punto de vista, a un país le conviene exportar mayor cantidad de productos no tradicionales, dado que para producirlos, ha de verse afectada favorablemente una

mayor cantidad de personas, generándose puestos de trabajo directo e indirecto, entre otras variables económicas.

El concepto de "producto tradicional" está íntimamente ligado al de "materia prima" o insumo. Sin embargo este último concepto es comercialmente ambiguo, toda vez que la industria automotriz, por ejemplo, puede requerir de llantas como insumos para la elaboración de autos; pero las ruedas son un artículo no tradicional.

3. MATERIALES Y METODOS

3.1. Materiales y Métodos

Se empleó el diseño descriptivo de una sola casilla.

Esquema:



Donde:

M = Representa los productos de exportación no tradicional.

O = Representa lo que observamos.

3.1.1. Material de Estudio

Por la naturaleza del trabajo la población está referida a los productos de exportación no tradicionales, los de mayor relevancia; priorizados en el volumen e importancia, lo que implica una selección a partir de estas prioridades. Los materiales utilizados fueron los informes, boletines, archivos de instituciones públicas y privadas.

Se analizó las páginas académicas de internet sobre la demanda y características de los productos no tradicionales a exportar.

3.1.2. Métodos y Técnicas

Se utilizó fundamentalmente el método inductivo-deductivo, que nos permitió obtener información desde lo más singular hasta llegar a generalizaciones teniendo en cuenta la naturaleza y características de los productos no tradicionales. Para precisar un producto no tradicional tuvimos que recurrir a la comparación con los productos tradicionales, encontrándose variables diferentes a nivel internacional, así como a conceptos diferentes en países diferentes, resultando difícil encontrar un punto medio. Se delimitó a partir de las características generales y las específicas del país.

Las técnicas utilizadas, la observación directa, para el caso del sector agropecuario, pesquero y de calzado, donde pudimos constatar los procesos diferenciados en cada uno de estos sectores y más que todo el tipo de tecnología que se viene usando. La tipología del trabajo nos llevó a utilizar la técnica de “a juicio de expertos” o “cuasi de casos”.

La técnica del fichaje se utilizó básicamente la bibliográfica, textual y de resumen.

3.1.3. Unidad de Análisis

Productos No tradicionales de La Libertad. Nuestra unidad de análisis se centra en las características y la inserción en el mercado internacional de los productos no tradicionales de exportación.

Criterio de Inclusión: Productos no tradicionales de mayor volumen de exportación.

Criterio de Exclusión: Productos no tradicionales circunscritos sólo al mercado local, regional o nacional.

MATRÍZ DE CONSISTENCIA.

OBJETIVOS, PROPÓSITOS, RESULTADOS ESPERADOS

	RESUMEN NARRATIVO (VARIABLES)	INDICADORES DE VERIFICACION	MEDIOS Y FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS IMPORTANTES
FIN	Características de los Productos no Tradicionales y su Inserción en el Mercado Internacional	Características de productos no tradicionales e inserción en el mercado	Observación, entrevista, Documentos, bibliografía	Naturaleza de los productos y formas de inserción.
Objetivo General	Precisar las características de los productos no tradicionales de exportación, así como su inserción en el mercado internacional.	La naturaleza del suelo, Clima y agua. - Cadenas Productivas. - Empresas de calidad. - Inversión Local. - Demanda de los productos. - Competitividad. - Implicancias de La ciencia y La tecnología.	Observación directa y entrevista libre. Información bibliográfica y documental.	Caracterización de productos no tradicionales y formas de inserción.
Objetivos Específicos	1. Precisar los productos no tradicionales requeridos por el mercado Internacional.	Principales productos requeridos por el mercado internacional	Información documental	Productos y mercados
	2. Precisar los mecanismos de inserción de los productos no tradicionales en el mercado internacional.	Diferentes formas o mecanismos de inserción en el mercado	Información bibliográfica y documental	Mecanismos de inserción.
Resultados	De manera general se precisará las características de los productos no tradicionales y su inserción en el mercado internacional. De manera específica precisaremos con datos empíricos de productos no tradicionales y las formas de inserción en el mercado internacional.	Con los indicadores expresados se obtendrá y explicará con datos todo el proceso longitudinal y horizontal de productos no tradicionales	Los medios propuestos facilita la obtención del dato y las fuentes de verificación.	Se relaciona la naturaleza de los productos no tradicionales y su inserción en el mercado.
Actividades	Reunión de trabajo preliminar.	Relacionar indicadores iniciales.	Se relaciona con medios y fuentes de verificación.	Se explica relaciones de datos preliminares.
	Salidas de campo.	A partir de los indicadores	Se relaciona con medios y fuentes de verificación.	Se vincula datos, medios y fuentes
	Elaboración de entrevistas dirigidas.	Relacionar el trabajo empírico con los indicadores propuestos.	Se relaciona lo teórico con lo empírico.	Se relaciona dato empírico con teórico
	Reuniones de coordinación	Los datos obtenidos son sometidos a discusión en relación con problema e hipótesis.	Se configuran todos los procesos.	Se relaciona la información con el problema y la hipótesis
	Selección de información	Los datos fundamentales son seleccionados.	Datos seleccionados en relación a problema e hipótesis.	Se selecciona la información fundamental.

4. PRESENTACION DE RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. La Libertad: Desempeño Económico

La Libertad, con su capital Trujillo, viene consolidando su desarrollo económico con inversiones y proyectos, destinados a centros comerciales y supermercados, crecimiento vertical de la vivienda y una infraestructura turística más sofisticada. Todo ello se debe fundamentalmente, al desarrollo de la agricultura industrial de exportación y a la actividad minera.

Al igual que Trujillo, la primaveral situación económica de la región se extiende a lo largo de la franja costera desde el valle agrícola de Virú hasta los sembríos de arroz de Chepén, pasando por la provincia azucarera de Ascope. En las dos últimas provincias destacan firmas como Camposol y Empresa Agroindustrial Casa Grande en el distrito de Casa Grande. Ahí, el dinamismo económico también se hace visible en obras de mejoramiento urbano y vías de comunicación auspiciadas por sus propios municipios.

No obstante, el distrito de Pacasmayo ha quedado relegado, a pesar de la presencia de la emblemática “Cementos Pacasmayo” y de su enorme potencial turístico, entre otros aspectos por albergar a la segunda ola más larga del mundo después del puerto de Chicama (Ascope). Recién se están disponiendo proyectos para servicios básicos y lo que impera es el comercio ambulatorio.

Caso distinto es el de Chepén, pues su cercanía con Lambayeque y ciudades importantes de la Región La Libertad como Pacasmayo, San Pedro de Lloc y Guadalupe le permite mantener a la fecha cerca de 21 establecimientos financieros. Allí sobresale la presencia de las cajas municipales y rurales, como la Caja Rural de Ahorro y Crédito Nuestra Gente y la Caja Municipal de Trujillo.

Por otro lado, la minería es considerada entre los principales soportes económicos de La Libertad. La actividad es liderada por Barrick Misquichilca y Pan American Silver, seguidas de Poderosa y San Simón, entre otras. Sin embargo, no se hace visible el desarrollo en los fueros donde se desarrolla: sea por la falta de vías de acceso, la frecuencia de salidas o una gestión poco transparente de las municipalidades provinciales. La Sierra de La Libertad sigue mostrando los índices más altos de pobreza y por ende, bajo desarrollo comercial.

Desde el punto de vista de la agroindustria, sobresale el cultivo de la caña de azúcar y su industrialización en las empresas agroindustriales (ex-cooperativas agrarias) de Casagrande, Cartavio, Laredo, etc. Por otro lado, es preciso resaltar el desarrollo sostenible y prestigioso de su calzado dicho sea de paso uno de los mejores del país. Así mismo en La Libertad se dio inicio a la siembra del espárrago en la costa peruana, siendo desde hace décadas la región líder en producción de éste.

La siembra de arroz es significativa. La producción de piña y uvas van creciendo en importancia. Destacan la crianza de aves, caprina y vacuna. La más sobresaliente central hidroeléctrica de la región es Pampa Blanca. En minería, es actualmente el primer productor de oro en Perú; además, hay importantes depósitos de carbón de piedra en Otuzco.

Actualmente se vive un 'boom' agroexportador en la región. Esto se debe al Proyecto Especial Chavimochic, gran obra de ingeniería hidráulica, que permite que se cultiven zonas desérticas con el direccionamiento de ríos mediante grandes canales y ramas de éstos. A esto se le suma el uso de tecnologías de riego, como el riego por goteo y el control satelital. Los productos que más se producen y exportan son: Espárragos (verde, blanco, etc.), paprika, tomate, alcachofa, etc. La industria metal mecánica también está presente en la región, con la fabricación de buses para transporte de pasajeros. En el periodo enero-julio del 2007 presentó un incremento del 6.6% de su PBI.

El clima en la costa Liberteña es "semitropical", su temperatura es superior a los 18°C en promedio, en esta zona se encuentran las mayores áreas cultivables. Hay presencia de diversos climas que van desde los desiertos superáridos tropicales en la costa hasta la tundra pluvial tropical en la sierra, habiéndose identificado 27 tipos de climas agrupados en 7 zonas agroecológicas. En la sierra, la temperatura varía desde 14°C hasta 6°C dependiendo de la altura, en esta zona se encuentran los yacimientos mineros del departamento con grandes reservas probadas y probables de oro, plomo, zinc, plata antimonio y carbón antracita. La altura oscila entre los 3 msnm (Puerto Marítimo de Salaverry) y los 4,800 msnm (distrito de Quiruvilca en la provincia de Santiago de Chuco).

La región La Libertad, está localizada en la costa norte occidental del territorio nacional, abarca una superficie de 25,569.67 kilómetros cuadrados (2.7% del territorio nacional), correspondiendo el 80% a superficie andina. Limita por el Norte con Lambayeque, por el Sur con Ancash, el Este con Huánuco, San Martín, Amazonas y Cajamarca; y al Oeste con el Océano Pacífico.

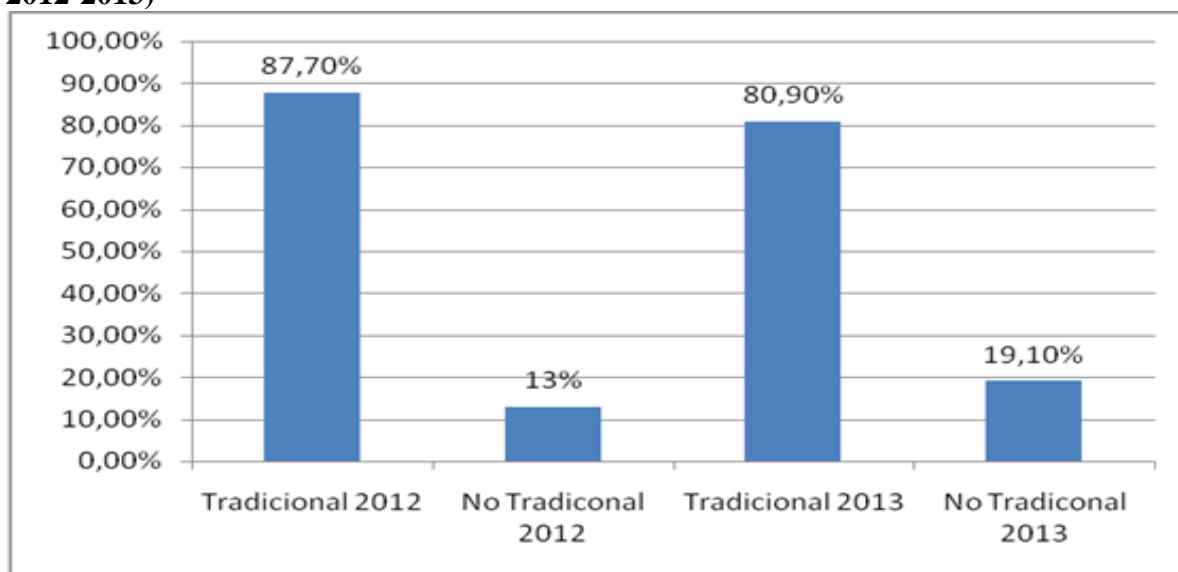
Políticamente la región está constituida por 12 provincias y 83 distritos. Las doce provincias son Trujillo, Ascope, Bolívar, Chepén, Julcan, Otuzco, Pacasmayo, Pataz, Sánchez Carrión, Santiago de Chuco, Gran Chimú y Virú. Se distinguen 3 Regiones naturales, Costa 38%, Sierra con 57% y Ceja de Selva con 5%. (Ver Anexo 1).

4.2. Las Exportaciones

Presentamos de manera general, a nivel macro, las exportaciones por sectores económicos las mismas que ascendieron a US\$ 3 718 millones en diciembre 2012, registrando una caída de 16,1% respecto de similar mes del año anterior. En el desagregado las exportaciones tradicionales (-19,6%) cayeron a un mayor ritmo que las exportaciones no tradicionales (-5,2%). Consideramos de importancia la información porque nos ubica en el contexto, para así tener claro lo que se manifiesta en La Libertad.

De acuerdo con este resultado, en el 2012 el valor de las exportaciones sumó US\$ 45 229 millones, monto inferior en 1,7% respecto de similar período del año anterior. En este período, las exportaciones tradicionales fueron las más afectadas al retroceder 4,7%; en cambio, las exportaciones no tradicionales registraron un crecimiento de 8,5%, las razones están en la calidad del producto. Se observa con claridad en la lectura del cuadro.

Gráfico 1: Estructura de las Exportaciones por Grupo de Producto (Enero-Abril 2012-2013)



Fuente: BCRP. Sucursal Trujillo. Departamento de Estudios Económicos

En el Gráfico siguiente se observa con claridad que entre enero y abril de 2012 las exportaciones tradicionales ascendieron al 87,70 %, decayendo en el mismo período en el 2013 a 80,90%. En cambio las exportaciones no tradicionales en los mismos períodos y años se incrementaron de 13% a 19.10%.

Cuadro 1: Exportaciones Definitivas Por Sectores Económicos: Enero – Diciembre 2012 (Millones De Dólares)

Sector Económico	Diciembre			Enero - Diciembre		
	2011	2012	Var. (%)	2011	2012	Var. (%)
Total	4 434	3 718	-16,1	46 001	45 229	-1,7
I PRODUCTOS TRADICIONALES	3 382	2 719	-19,6	35 515	33 836	-4,7
MINERO	2 596	2 178	-16,1	27 027	25 510	-5,6
Cobre	1 025	1 076	5,0	10 712	10 483	-2,1
Hierro	86	62	-27,5	1 023	856	16,3
Plata	14	16	12,7	219	209	4,5
Plomo¹	279	196	-29,9	2 427	2 501	3,0
Zinc	134	131	-2,1	1 523	1 331	-12,6
Oro	1 008	671	-33,5	10 152	9 535	-6,1
Estaño²	1	0	-68,7	369	139	-62,4
Resto³	50	26	-47,4	602	456	-24,2
PESQUERO	94	72	-23,3	2 099	2 292	9,2
Harina de pescado	80	59	-27,1	1 767	1 766	0,0
Aceite de pescado	14	14	-1,4	333	526	57,9
PETROLEO Y GAS NATURAL	459	395	-14,1	4 705	4 959	5,4
Crudo	78	42	-46,2	574	579	0,8
Derivados	219	200	-8,9	2 847	3 050	7,1
Gas natural⁴	162	153	-5,6	1 284	1 331	3,7
AGRÍCOLA	232	74	-68,2	1 684	1 075	-36,1
Algodón	0	0	2,1	8	4	-42,3
Azúcar	-	0	-	48	6	-87,8
Café	229	72	-68,7	1 592	1 009	-36,6
Resto⁵	3	2	-40,5	37	56	51,4
II PRODUCTOS NO TRADICIONALES	1 022	968	-5,2	10 192	11 057	8,5
Agropecuario	353	343	-3,0	2 843	3 022	6,3
Textil	200	174	-13,4	1 991	2 157	8,3
Pesquero	96	74	-24,8	1 051	1 034	-1,6
Químico	133	130	-2,1	1 652	1 624	-1,7
Metal-Mecánico	38	38	1,3	482	540	12,1
Siderúrgico-Metalúrgico	85	95	11,0	1 051	1 169	11,2
Minería No Metálica	58	57	-1,7	492	716	45,7
Otros	57	59	3,5	629	794	26,2
III OTROS⁶	30	31	4,2	294	335	14,1

1/ Incluye contenidos de plata.

2/ No incluye las exportaciones temporales de Minsur S.A (Ventas en consignación).

3/ Incluye molibdeno, bismuto y tungsteno, principalmente.

4/ Ha sido incluido en este sector, con lo cual desde junio de 2010 la nueva denominación del sector sería de sector petróleo y gas natural, tal como también lo establece el BCRP.

5/ Incluye hoja de coca y derivados, melazas, lanas y pieles.

6/ Incluye abastecimientos de alimentos y combustibles a naves extranjeras.

NOTA: Se consideran las órdenes de embarque que han sido embarcadas y regularizadas.

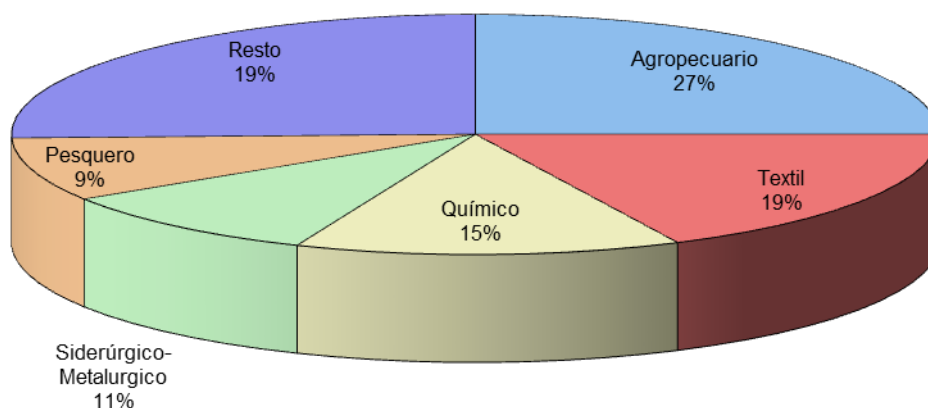
FUENTE: SUNAT

4.3. Exportación de productos no tradicionales

En diciembre del 2012 las exportaciones no tradicionales ascendieron a US\$ 968 millones, monto que representó una caída de 5,2% respecto de similar mes del año 2011. Con el resultado de diciembre, en el periodo enero-diciembre del 2012 estas exportaciones ascendieron a US\$ 11 057 millones, lo que representó un crecimiento de 8,5% respecto de similar período del 2011. (Ver Cuadro 1: Rubro Productos No tradicionales)

En el Gráfico que se observa a continuación, se aprecia que en el 2012 el sector agropecuario sigue siendo el más importante con una participación del 27% del total; le siguen textil (19%) y químico (15%), entre otros.

Gráfico 2 Estructura De Exportaciones No Tradicionales: Enero-Diciembre 2012



En 2012 se identificaron 7 845 exportadores de productos no tradicionales, cifra superior en 190 a la obtenida en el año anterior. De ese total, un 17% de las empresas registran exportaciones por montos superiores a US\$ 1 millón.

4.4. Productos Agropecuarios

Las exportaciones de este sector totalizaron US\$ 3 022 millones el 2012, lo que representó un crecimiento de 6,3% respecto del año anterior.

Según productos, las uvas frescas fueron el principal producto exportado con US\$ 354 millones, registrando un crecimiento de 16,3% y una participación del 12% del total; luego, le sigue los espárragos frescos o refrigerados que crecieron 16,1%, espárragos preparados o conservados que retrocedieron 1,5% y paltas frescas o secas que disminuyeron 15,3%, entre otros.

4.5. Productos Textiles

Por su parte, las exportaciones del sector textil totalizaron US\$ 2 157 millones en 2012, lo que representó un crecimiento de 8,3% respecto del año anterior. Según productos, por un lado crecieron las exportaciones de telas con dispositivos de unión de gramaje inferior a 650 G/M2 (441,4%), tejidos de punto de anchura superior a 30 CM (92,9%) y blusas de punto de fibras sintéticas (74,2%), entre otros; mientras que por otro lado, disminuyeron las exportaciones de camisas de punto de algodón para hombre de un solo color (-24,3%) y las demás camisas de punto de algodón para hombre de distintos colores a raya (-15,4%), entre otros.

4.6. Productos Pesqueros

Las exportaciones de productos pesqueros sumaron US\$ 1 034 millones lo que representó una caída de 1,6% respecto de 2011. Según productos, las menores exportaciones de demás preparaciones y conservas de pescado (-45,1%) y conchas de abanico (-45,0%) incidieron en este resultado; no obstante el repunte en las exportaciones de langostinos congelados (238 879,7%) y jibias y calamares (71,1%), entre otros.

4.7. Productos Químicos

Las exportaciones del sector químico alcanzaron los US\$ 1 624 millones el 2012, monto que representó un retroceso de 1,7% respecto del año anterior. El comportamiento en el desagregado es variado. Por un lado disminuyeron las exportaciones de lacas colorantes (-65,0%), carmín de cochinilla (-57,4%) y óxido de zinc (-38,2%), entre otros; pero se incrementaron las de alcohol etílico (168,9%) y perfumes y aguas de tocador (125,8%), entre otros.

4.8. Productos de Metal – Mecánica

En el caso de los productos metal-mecánicos, el valor exportado de este sector fue de US\$ 540 millones, cantidad superior en 12,1% respecto del 2011. Este resultado se explicó por las mayores exportaciones de los demás remolcadores y barcos empujadores (150 200,0%), barcos cisterna de registro superior a 1 000 Toneladas (1 954,1%), máquinas de sondeo o perforación (206,6%) y los demás conductores eléctricos de cobre (47,0%), entre otros.

4.9. Productos Siderúrgico-Metalúrgicos

Las exportaciones del sector siderúrgico-metalúrgico ascendieron a US\$ 1 169 millones, registrando un crecimiento de 11,2% respecto del 2011. Según productos, destaca el dinamismo en las exportaciones de plata en bruto aleada (646,9%), los demás productos laminados de planos de hierro o acero (258,1%) y las demás barras simplemente laminadas en caliente (138,0%), entre otros.

Ahora bien, debemos de tener en cuenta que las perspectivas de las exportaciones no tradicionales dependen principalmente de su demanda mundial y su competitividad estas exportaciones establecen sus nichos en los mercados exteriores y algún grado de tradición, pero siguen llamándose no tradicionales. Su papel en las ventas externas de los respectivos países puede modificarse.

Los resultados de estas exportaciones han sido muy buenos, ya que los productos no tradicionales crecieron desde 1994 al 2004 un 397 % a diferencia de los tradicionales que solo crecieron un 58 %, por lo que ahora casi el 50 % de las exportaciones son no tradicionales, Nicaragua es el país que más ha aumentado porcentualmente sus exportaciones.

Cuadro 2: Exportaciones por grupo de productos 1/ (Valor FOB en miles de US\$)

Tipo	Abril			Enero - Abril		
	2012	2013	Var. %	2012	2013	Var. %
PRODUCTOS TRADICIONALES	233 945	146 814	-37,2	1 022 482	687 217	-32,8
Pesqueros	28 230	365	-98,7	91 667	2 300	-97,5
Agrícolas	230	2 925	3/	6 539	10 579	61,8
Mineros	205 485	143 524	-30,2	924 276	674 338	-27,0
PRODUCTOS NO TRADICIONALES	30 554	42 708	39,8	153 013	162 079	5,9
Agropecuarios	26 455	30 753	16,2	129 169	109 211	-15,5
Maderas y papeles	677	17	-97,5	3 422	4 392	28,4
Metal - mecánico	3	0	-100,0	30	698	3/
Minería no metálica	2 577	537	-79,2	7 018	4 958	-29,4
Pesqueros	112	0	-100,0	112,165	0	-100,0
Químicos	201	3 961	3/	9 731	12 747	31,0
Sidero - metalúrgico y joyería	0	6 389	-		27 466	3/
Textiles	78	46	-41,1	1 148	362	-68,5
Otros	452	1 004	122,3	2 382	2 246	-5,7
OTROS 2/	0	0	-	0	5	-
TOTAL EXPORTACIONES	264 500	189 521	-28,3	1 175 495	849 300	-27,7

1/ Cifras preliminares.

3/ Variación superior a 1 000 por ciento.

FUENTE: SUNAT.

ELABORACIÓN: BCRP. Sucursal Trujillo . Departamento de Estudios Económicos.

2/ Incluye cajas de cartón o papel corrugado, comprende la venta de combustibles y la reparación de bienes de capital.

En: BCRP – Sucursal Trujillo. Síntesis Económica de La Libertad Abril 2013 Departamento de Estudios Económicos. En la elaboración de este informe participaron: Alejandro Inga, Alfredo Miranda e Iván Cosavalente. P.18

Durante los cuatro meses del año, las exportaciones acumularon un valor de US\$ 849,3 millones, 27,7 por ciento menos del valor exportado en igual periodo del pasado año. Las exportaciones tradicionales acumulan una caída de 32,8 %, mientras que las exportaciones no tradicionales, por el contrario, aumentaron en 5,9 %.

Es preciso tener en cuenta que las exportaciones de productos no tradicionales en cada uno de los grandes rubros es como sigue: AGROPECUARIOS (Legumbres, Frutas, Productos vegetales diversos, Cereales y sus preparaciones, Té, café, cacao y esencias, Resto);

PESQUEROS (Crustáceos y moluscos congelados, Pescado congelado, Preparaciones y conservas, Resto); TEXTILES (Prendas de vestir y otras confecciones, Tejidos, Fibras, textiles, Hilados); MADERAS, PAPELES Y SUS MANUFACTURAS (Artículos impresos, Manufacturas de papel y cartón, Manufacturas de madera, Muebles de madera y sus partes, Resto); QUÍMICOS (Productos químicos orgánicos e inorgánicos, Artículos manufacturados de plásticos, Materias tintóreas, curtientes y colorantes, Manufacturas de caucho, Aceites esenciales y productos de tocador, Resto); MINERALES NO METÁLICOS (Cemento y materiales de construcción, Abonos y minerales en bruto, Vidrio y artículos de vidrio, Artículos de cerámica, Resto); SIDERO - METALÚRGICO Y JOYERÍA (Productos de hierro, Manufacturas de metales comunes, Productos de plata Artículos de joyería, Resto); METAL – MECÁNICOS (Vehículos de carretera; Maquinaria y equipo industrial, Máquinas y aparatos eléctricos y sus partes, Artículos manufacturados de hierro o acero, maquinaria y equipo de ingeniería civil y sus partes, Maquinaria y equipo generadores de fuerza, Resto); OTROS (Comprende calzado, productos de cuero y resto de otros no tradicionales. (Fuente: SUNAT. Elaboración: BCRP. Sucursal Trujillo. Departamento de Estudios Económicos).

En relación al destino de nuestras exportaciones y al principal producto que se vende se aprecia en detalle en el cuadro que a continuación se indica.

Cuadro 3: Principales países de destino y principal producto exportado 1/enero-abril

País	%	Principal producto
Suiza	45,5	Oro
Canadá	15,0	Oro
India	11,6	Oro
Estados Unidos	5,9	Oro
Italia	5,8	Plata
Ecuador	3,3	Alimentos para animales
España	2,0	Espárragos en conserva
Países Bajos	1,8	Espárragos frescos
Colombia	1,6	Alcohol étílico
Otros	7,4	Otros
Total	100,0	

ELABORACIÓN: BCRP. Sucursal Trujillo . Departamento de Estudios Económicos.

En: BCRP – Sucursal Trujillo. Síntesis Económica de La Libertad Abril 2013 Departamento de Estudios Económicos. En la elaboración de este informe participaron: Alejandro Inga, Alfredo Miranda e Iván Cosavalente. P.19

El destino de las exportaciones se concentra en tres países que adquieren, en conjunto, el 72,1 por ciento del total exportado. El principal mercado es Suiza con el 45,5 por ciento; seguido por Canadá, con el 15 por ciento e India con el 11,6 por ciento, todos con oro.

Cuadro 4; Principales destinos: Exportaciones No Tradicionales (Millones US \$)

Destinos	Enero		
	2012	2013	Var. %
Estados Unidos	210	202	-3,7
Ecuador	53	56	6,8
Chile	54	55	3,0
Colombia	52	50	-4,8
Bolivia	36	45	25,5
Países Bajos	44	45	1,3
Venezuela	87	35	-59,5
China	22	35	57,9
Brasil	21	27	30,2
México	21	23	13,3
España	26	21	-17,0
Italia	10	19	92,9
Hong Kong	23	15	-32,0
Reino Unido	14	14	5,2
Bélgica	14	14	-5,6
Resto	172	163	-5,3
Total	859	821	-4,3
Nota:			
Países Andinos¹	282	242	-14,2
Norteamérica	241	235	-2,6
Unión Europea	143	145	1,0
Asia	96	99	3,1
Mercosur²	38	37	-0,9

1/ Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Venezuela.

2/ Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay.

Fuente: Notas de Estudios del BCRP. N° 14. 12 de marzo de 2013

Las exportaciones de productos no tradicionales disminuyeron 4,3 % respecto a enero de 2012 por efecto de los menores precios ya que el índice de volumen no mostró variación en el mismo período. Los mayores descensos se dieron en productos textiles y químicos.

El principal mercado de destino es el de Estados Unidos que representa el 25 % del valor de las exportaciones no tradicionales; a este mercado se envía principalmente productos agropecuarios y textiles. En este período destacó la disminución de los embarques a Venezuela, en mayor medida de productos textiles.

En La Libertad la exportación de productos no tradicionales sufrieron altibajos, tal es así que en enero de 2012 y enero de 2013 sufrió una baja de \$ 35 498 a \$ 29 749 pero en el período de abril 2012 y abril 2013 se tuvo un ligero incremento de \$ 26 455 a \$ 30 753.

Cuadro 5: La Libertad: Exportaciones no tradicionales de productos agropecuarios 1/(Miles de US \$ FOB)

TIPO	2012		2013	
	Enero	Abril	Enero	Abril
LEGUMBRES	25 180	13 552	22 975	18 839
Alcachofas en conserva	4 045	2 173	3 831	2 715
Espárragos congelados	934	11	632	192
Espárragos en conserva	10 580	6 225	9 356	9 485
Espárragos frescos	6 036	1 614	6 359	2 199
Pimientos en conserva	1 783	1 872	516	1 884
Resto de legumbres 2/	1 801	1 656	2 279	2 364
FRUTAS	2 610	3 441	825	4 574
Aguacates (paltas) frescos o secos	0	718	0	2 407
Mangos 3/	518	2 183	362	1 727
Resto de frutas 4/	2 091	540	463	441
PRODUCTOS VEGETALES DIVERSOS	6 022	7 997	4 721	5 381
Alimentos para animales	5 715	7 855	4 614	5 361
Semillas 5/	0	0	0	0
Algas	0	0	0	0
Resto de productos vegetales diversos 6/	307	142	107	20
OTROS 7/	1 686	1 465	1 229	1 960
AGROPECUARIOS	35 498	26 455	29 749	30 753

1/ Cifras preliminares.

2/ Tomates, cebolla, aceitunas y demás hortalizas.

3/ Mangos frescos, congelados y en conserva.

4/ Resto de frutas. Papayas, uvas, limones y mermeladas.

5/ Semillas. De hortalizas y frutas.

6/ Salvados, moyuelos y demás residuos del cernido.

7/ Té, café, cacao y esencias, cereales y sus preparaciones, y demás.

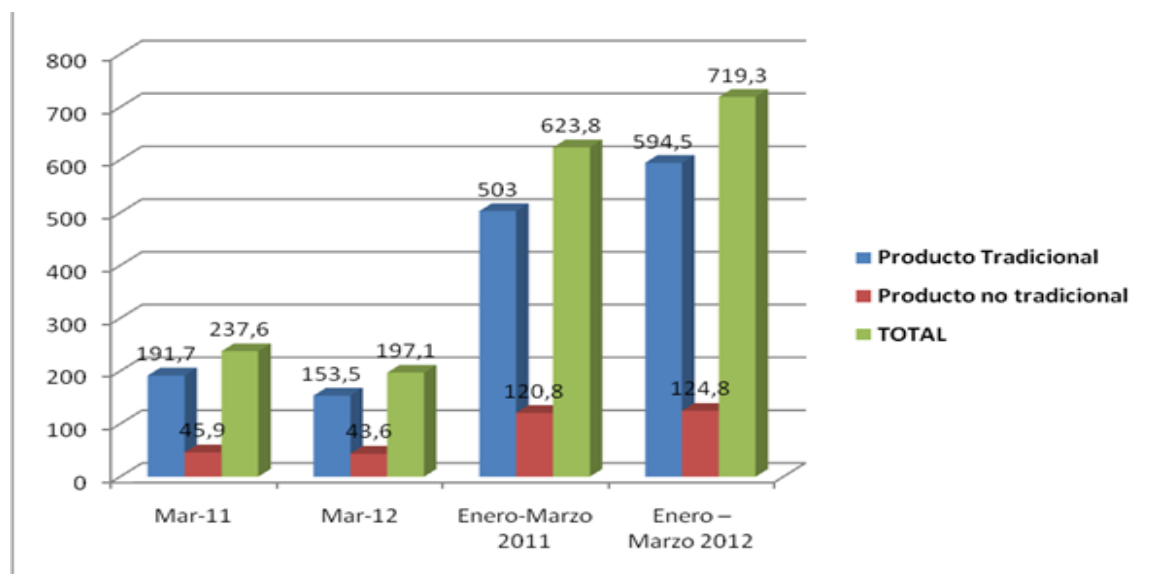
FUENTE: SUNAT.

ELABORACION: BCRP. Sucursal Trujillo. Departamento de Estudios Económicos.

En: **BCRP – Sucursal Trujillo**. Síntesis Económica de La Libertad Abril 2013 Departamento de Estudios Económicos. En la elaboración de este informe participaron: Alejandro Inga, Alfredo Miranda e Iván Cosavalente. P.40

Asimismo hacemos notar que en el primer trimestre de 2012 (enero – marzo), el total exportado en la región La Libertad alcanzó un valor FOB de US\$ 197,1 millones, registrando una caída de 17,1% respecto al valor recaudado en marzo de 2011 (US\$ 237,6 millones); reducción, asociada al menor volumen de envíos al exterior en productos tradicionales y no tradicionales. En el mes de análisis, el valor exportado en La Libertad, representó el 5,0% del valor exportado a nivel nacional. En tanto, durante el primer trimestre del 2012, el total exportado en la región La Libertad alcanzó un valor FOB de US\$ 719,3 millones, registrando un incremento de 15,3% respecto al valor FOB recaudado en el mismo periodo del año 2011 (US\$ 623,8 millones); debido al mayor dinamismo en la comercialización de productos tradicionales y no tradicionales. En este periodo acumulado, el valor exportado en La Libertad, representó 6,3% del valor exportado a nivel nacional.

Gráfico 3: Región La Libertad: Valor de las exportaciones tradicionales y no tradicionales, enero a marzo 2011 – 2012



Fuente: Elaborado en base a: BCRP (Sede Trujillo)-Informe de Coyuntura y Estadísticas, julio 2012. Información en: CERPLAN – La Libertad. Producción, exportación y empleo en la Región La Libertad. Reporte de Indicadores N° 01 – 2012, p. 4

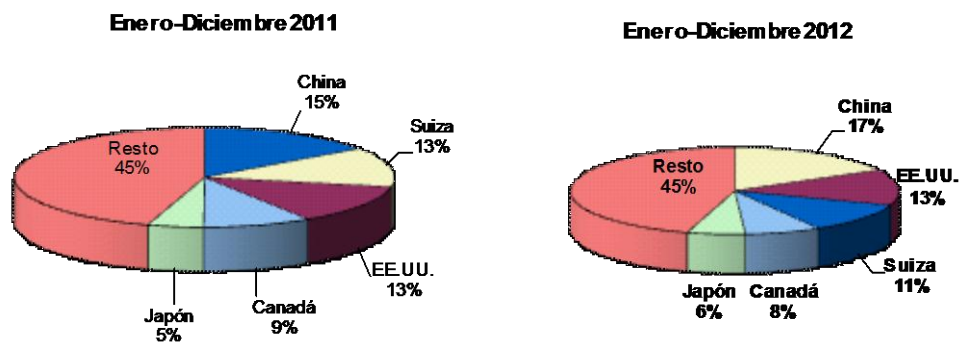
En la región La Libertad, el valor FOB exportado en productos tradicionales (US\$ 153,5 millones) presentó una considerable reducción de 19,9%, respecto al valor registrado en marzo 2011 (US\$ 191,7 millones); caída, vinculada básicamente al menor valor exportado de productos mineros. En contraste, durante el primer trimestre 2012, el valor FOB de las

exportaciones tradicionales (US\$ 594,5 millones) aumentó en 18,2% respecto al valor FOB registrado en el mismo periodo del año 2011 (US\$ 503,0 millones); expansión relacionada a la mayor exportación de productos pesqueros y mineros. En este periodo, el valor de las exportaciones tradicionales en La Libertad representó el 82,7% del valor total exportado en la región.

4.10. Destino de las Exportaciones

En el período enero-diciembre del 2012 China ocupó el primer lugar, con una participación del 17% del total, seguido de Estados Unidos (13%) y Suiza (11%), entre otros destinos

Gráfico 4: Exportaciones FOB por Países de Destino



Fuente: SUNAT. Informe Mensual de Comercio Exterior. Enero-Diciembre, 2012. Gerencia de Comunicaciones.

Según bloques comerciales, el APEC fue el principal destino de las exportaciones peruanas, con el 54% del total durante el 2012, seguido del Resto de países no agrupados con el 20% del total, la Unión Europea con el 17% del total y la CAN y MERCOSUR que en conjunto representaron el 9% del total.

Según estructura, APEC adquirió el 60% de nuestras exportaciones tradicionales en 2012, siendo los minerales de minerales de cobre, oro, minerales de plomo, harina de pescado y cátodos de cobre refinado, los más requeridos. En el caso de los no tradicionales (41% del total), destacó el fosfato de calcio natural, espárragos frescos o refrigerados, uvas frescas.

La Unión Europea adquirió el 17% de las exportaciones tradicionales, destacando entre ellos los minerales de cobre, los demás café sin tostar y gas natural licuado, entre otros.

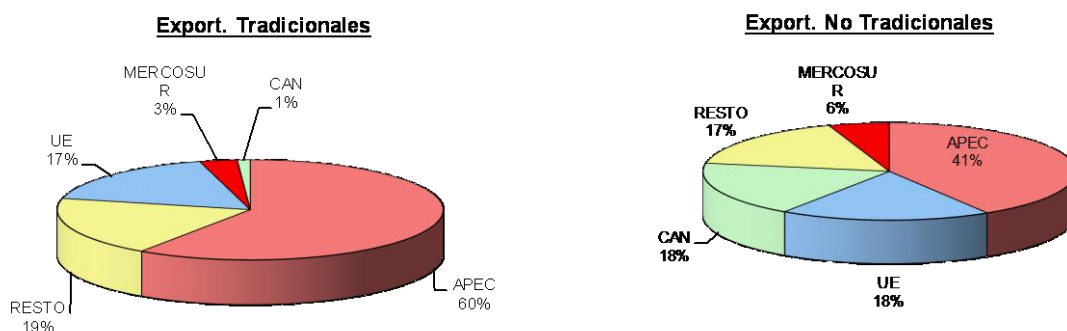
Asimismo, el 18% de las exportaciones no tradicionales se dirigió a este mercado, predominando las paltas frescas o secas, espárragos frescos o refrigerados y demás calamares y potas congeladas, entre otros.

Por su parte, la CAN aplicó el 18% de las exportaciones no tradicionales y el 1% de las exportaciones tradicionales. Cabe señalar que el alambre de cobre refinado, demás preparaciones utilizadas para la alimentación de animales y barra de hierro o acero sin alear, fueron los principales productos no tradicionales que se exportaron al mercado andino.

En el caso de MERCOSUR dicho bloque concentró el 6% de las exportaciones no tradicionales y el 3% de las tradicionales. En el primer grupo sobresalieron los fosfatos de calcio natural, aceitunas preparadas o conservadas y las demás placas de polímeros de polipropileno, entre otros; mientras que en el segundo grupo, sobresalió cobre refinado, las demás gasolinas sin tetraetilo de plomo y minerales de zinc, entre otros.

Finalmente, el Resto de países concentró el 19% de las exportaciones tradicionales y el 17% de las no tradicionales. En el primer grupo destacaron el oro, residual 6 y los demás fueloils, mientras que en el segundo lo hicieron los demás “t-shirts” de algodón para hombres o mujeres, alambre de cobre refinado y jureles congelados, entre otros.

Gráfico 5: Exportaciones FOB por Bloques Comerciales: Enero-Diciembre 2012



Fuente: SUNAT. Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional
Lima, jueves 21 de febrero del 2013.

4.11. Características de las Exportaciones

Los principales productos de exportación tradicionales son la harina y el aceite de pescado, el algodón, azúcar y café así como varios productos mineros, sobre todo cobre, estaño,

hierro, oro y plata. También están las exportaciones de petróleo. Las exportaciones no tradicionales son bastante más amplias: Ahí están legumbres y frutas, textiles, madera, productos químicos y metales que no son exportados como materia prima, sino de forma refinada (dos ejemplos: alambre de cobre y joyería).

El producto estrella entre las no tradicionales son las prendas de vestir que fueron exportadas a un valor de 85 millones de dólares en abril del 2006. Le siguen, muy lejos, los productos elaborados a base de cobre (30 millones de dólares) y las legumbres (28 millones de dólares), sobre todo los espárragos, paltas y alcachofas. Las exportaciones de frutas sumaron 16 millones de dólares.

El 57 % de nuestras exportaciones textiles se fueron a los EE.UU. Los EE.UU. compran, también, un tercio de nuestras exportaciones agropecuarias (categoría que comprende a las frutas y legumbres).

La predominancia de los Estados Unidos se debe no solamente a su gran mercado interno, sino también al ATPDEA (Andean Trade Promotion and Drug Eradication Act) que permite la exportación de estos productos sin aranceles. El ATPDEA venció en diciembre del 2006, pero ahora es reemplazado por el Tratado de Libre Comercio entre Perú y EE.UU.

En 1995 exportamos, durante todo el año, por un valor de 5'491 millones de dólares. Diez años después, el año 2005, los ingresos por las exportaciones llegaron a 17'247 millones, un incremento de 314 %.

El incremento no se debe solamente al sector minero. También hay grandes éxitos entre los productos no tradicionales: El sector textil exportaba por 441 millones de dólares en 1995. En 2005, llegó a percibir casi el triple: 1'274 millones de dólares. Los productos agropecuarios (frutas, leguminosas) crecieron de forma parecida: De 275 millones en 1995 a 1'009 millones diez años después.

En el 2012 el valor de las exportaciones en la región La Libertad disminuyó 17,1%, en comparación al valor exportado en el mismo mes del año 2011, debido a un menor dinamismo comercial en productos tradicionales (oro y harina de pescado) y no

tradicionales (espárragos congelados y en conserva, y alcachofas en conserva). En tanto, en el primer trimestre 2012, el valor de las exportaciones aumentó en 15,3% en relación al mismo periodo del 2011; lo cual, se justifica en la mayor comercialización de productos tradicionales (mineros y pesqueros) y no tradicionales (principalmente agropecuarios).

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

Existen una serie de características que dan a nuestros productos una aceptación en el mercado nacional e internacional, compitiendo con productores de otras latitudes. Los mismos productores manifiestan que estas están centradas fundamentalmente en:

- La calidad de los suelos, el clima, la presencia de agua y la variedad de productos con demanda en el mercado.
- La existencia de alianzas y cadenas productivas como una práctica con resultados exitosos en la Región.
- Empresas exportadoras que trabajan con sistemas de certificación de calidad ISO.
- Nuevas inversiones de empresas locales en Chavimochic para incrementar cultivos con demanda en el mercado exterior.
- Capacidad instalada ociosa en algunas industrias.
- Existencia de cuando menos cinco cadenas productivas en consolidación (maíz, caña, alcachofa, páprika, piquillo, espárrago).

La demanda tiene los siguientes características: los consumidores muestran una mayor preferencia por alimentos frescos, poco grasos y dulces, congruentes con una nutrición sana, estética y ecológicamente limpia, así como un creciente interés en probar alimentos

cuyos sabores y texturas sean específicos o nuevos; se buscan alimentos exóticos, a raíz del efecto de demostración; existe una mayor disponibilidad de productos fuera de temporada en los mercados; la pérdida de la competitividad relativa en los países productores tradicionales ha dado lugar a la aparición de un espacio en la demanda internacional. La oferta se caracteriza por los siguientes rasgos: incluye productos recientemente incorporados a las corrientes de exportación (rubros relativamente secundarios cuyo potencial exportador ha empezado a desarrollarse); productos que han despertado interés en comenzar a exportarlos (aquellos cuya demanda interna es reducida); los agricultores tienen la capacidad y la disposición de efectuar inversiones y adoptar tecnologías avanzadas para obtener productos de exportación de alto valor unitario; existe la posibilidad de aprovechar las coyunturas desfavorables y pérdidas de competitividad en los mercados internacionales de los países industrializados que concentran las exportaciones mundiales de sus pares.

Las consideraciones precedentes ponen de relieve que en cada investigación de las exportaciones no tradicionales hay que establecer un conjunto de criterios claros y expresivos. La tarea de analizar el comportamiento de las exportaciones no tradicionales (principalmente productos básicos con diferentes grados de transformación o sin ella) exige por lo menos tres criterios: i) elegir uno o más productos cuya dinámica de exportación incide o incidía en la estructura de las ventas externas de un país; ii) determinar el período de mayor dinamismo de esas exportaciones en algún país, después del cual ya se vuelven tradicionales; iii) enfocar y analizar dichas ventas externas en uno o más países, por separado, en el curso de ese período y hasta el momento actual, con énfasis en su importancia cuantitativa en las exportaciones totales.

Además, otra tarea presente es la de determinar el grado de diversificación de los mercados de destino. En suma, el análisis de las exportaciones en cuestión durante un período determinado puede caracterizar y evaluar, con cierta claridad, ese fenómeno y sus consecuencias para algunos países y sus sectores económicos. (Kouzmine, 2000: 09-10)

4.12. Mecanismos de Inserción

El ser humano a través del tiempo siempre ha estado intercambiando productos en el amplio sentido de la palabra, desde tangibles hasta intangibles. Antiguamente el derecho

consuetudinario era toda una norma, la palabra era suficiente, hoy en día se trabaja con protocolos, convenios, tratados que hacen del mercado un intercambio eminentemente convencional. Desde el año 1991, mediante la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA – siglas en inglés) el Perú contaba con preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por los EE.UU. para el ingreso de ciertas mercancías, la cual estuvo vigente hasta el 2001.

Desde el 2002, mediante la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA – siglas en inglés) los EE.UU. otorgan nuevamente preferencias arancelarias, las cuales eran renovadas periódicamente, y que estuvieron vigentes hasta diciembre del 2010. En este contexto, en el año 2004, previos estudios y coordinaciones de los sectores involucrados, se decide iniciar las negociaciones para un Tratado de Libre Comercio (TLC), para proporcionar una apertura comercial integral permanente, el cual brindaría la estabilidad indispensable para el incremento de inversiones en el sector exportador. Es así como los Estados-Nación convienen de acuerdo a sus intereses tranzar en el mercado con lo que mejor tienen. Surge el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú – EE.UU. que se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006 y entró en Vigencia el 01 de Febrero de 2009.

En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Contratación Pública, Inversión, Comercio Transfronterizo de Servicios, Servicios financieros, Políticas de Competencia, Telecomunicaciones, Comercio Electrónico, Derechos de Propiedad Intelectual, Laboral, Medio Ambiente, Transparencia, Fortalecimiento de Capacidades Comerciales, Solución de Controversias.

Ahora bien, los principales productos de exportación a los EE.UU. lo constituyen los minerales/metales, textiles, productos pesqueros, petróleo crudo, café, cacao, artesanías, paprika, alcachofa, uva, mango, mandarina, espárragos. De esta manera EE.UU. constituye uno de los principales mercados de destino de exportación de productos Peruanos. En esta gama de productos se encuentran los productos que salen de La Libertad.

La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex Perú) manifestó que las exportaciones agropecuarias del Sector No Tradicional nacional con destino al mercado estadounidense registraron un superávit promedio anual de 16% en el último lustro (2009 – 2013), vale decir, desde la entrada en vigencia del TLC suscrito entre el Perú y Estados Unidos.

Comex Perú señaló que durante el año 2009, los envíos agrícolas con valor agregado sumaron el monto de US\$ 580 millones, mientras que los despachos en el 2013 alcanzaron los US\$ 1041 millones, por lo que prácticamente las transacciones agrarias no tradicionales al principal socio comercial se han duplicado.

El TLC suscrito con Estados Unidos hace cinco años ha permitido que el sector agropecuario, principalmente el No Tradicional, consolide un dinamismo importante, lo que ha hecho que sus exportaciones se aceleren. Comex Perú, manifestó, además, que el 80% del total de despachos peruanos de productos agrarios con valor agregado tienen como destino Estados Unidos.

Los espárragos frescos han liderado las exportaciones No Tradicionales al mercado estadounidense dentro del periodo 2009-2013, registrando una participación de 24% en relación a los envíos totales. En segundo lugar se ubicaron las uvas frescas (8% de representación), mientras que las alcachofas se posicionaron en el tercer casillero con despachos que equivalen al 7% del total de exportaciones agroperuanas de productos con valor agregado hacia el mercado estadounidense. Gran parte de esta producción corresponden a La Libertad. Asimismo, Comex Perú declara que las ventas internacionales totales hacia el destino mencionado, ascendieron a 11% promedio anual entre el 2009 y 2013.

Por otro lado, tenemos también un importante logro, el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre el Perú y la Unión Europea (UE) que entró en vigencia el 01 de febrero de 2013 tras haber sido ratificado por ambas partes.

El mercado europeo constituye un buen atractivo pese a que actualmente Europa se encuentra en crisis, el acuerdo comercial permitirá a los productos peruanos estar medianamente posicionados en esta región una vez que se supere esta difícil etapa

económica. En cifras, el mercado de los 27 países que integran la Unión Europea (UE), cuyo PBI asciende a US\$15,6 billones, está compuesto por 501 millones de consumidores que cuentan con un ingreso per cápita de US\$35.000.

El TLC con la UE abre nichos de mercados para el desarrollo de los productos peruanos principalmente de los sectores agroexportación, pesca y confecciones. La capacidad de compra que tienen los europeos va a propiciar que los exportadores peruanos alcancen un mejor precio por sus productos, aunque el reto pendiente será que estos deban incrementar y diversificar aún más la canasta de sus productos para atender la exigente demanda de este mercado.

Los exportadores peruanos ya no tendrán que desembolsar pagos para cubrir los altos aranceles por el ingreso de sus productos a este mercado. El acuerdo establece el ingreso libre e inmediato del 93% de las exportaciones agrícolas peruanas, así como el 100% de los envíos locales de manufacturas y productos industriales.

La supresión de las partidas arancelarias no solo permitirá un ahorro anual de 500 millones de euros (US\$655 millones) a los exportadores de Perú y la Unión Europea, sino que también las personas de a pie se verán beneficiadas. En el caso de Perú, los ciudadanos pagarán menos por los productos que provienen del bloque europeo: los empresarios comprarán a menores precios bienes de capital (maquinaria y equipos tecnológicos), lo mismo que los consumidores peruanos al adquirir vehículos, computadoras, prendas de vestir, medicamentos y vacunas, artefactos eléctricos, entre otros productos.

Por el lado de las inversiones, el TLC con la Unión Europea fomentará una mayor llegada de inversión privada al país. De acuerdo con cifras de Pro Inversión, la inversión europea en el Perú fue de US\$7.700 millones al cierre del 2011, 5% más que el año anterior. Según analistas, el crecimiento podría alcanzar una tasa anual de 15% con el acuerdo comercial, pues empresarios europeos ya han manifestado su interés por invertir en sectores como manufactura, minería, energía y desarrollo tecnológico.

El acuerdo comercial alentará el aumento de los envíos de productos peruanos al bloque europeo. El 2012 las exportaciones locales a Europa cayeron 11% interanual al sumar

US\$7.745,4 millones debido a la crisis financiera, pero con el TLC habrá un crecimiento anual de entre 15% y 20% de los productos peruanos en este mercado.

De igual manera tenemos el Tratado de Libre Comercio entre el Perú y China, fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo de Perú, Mercedes Aráoz y por el Viceministro de Comercio de China, Yi Xiaozhun. Dicho acuerdo entró en vigencia el 01 de marzo de 2010. En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: Trato Nacional y Acceso a Mercados, Reglas de Origen, Procedimientos Aduaneros, Defensa Comercial, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Comercio de Servicios, Entrada Temporal de Personas de Negocios, Inversiones, Derechos de Propiedad Intelectual, Cooperación, Transparencia, Administración del Tratado, Solución de Controversias y Excepciones. Entre los principales productos de la oferta exportable peruana que ya se están beneficiando de este acuerdo se tienen: potas, jibias y calamares, uvas frescas, aguacates, mangos, cebada, páprika, tara en polvo, hilados de pelo fino, entre otros.

Como se podrá observar, la inserción en los mercados internacionales está supeditado a las reglas propuestas por los Estados-Nación. De esta forma se insertan en el mercado internacional y desde ya la producción no tradicional de La Libertad.

5. CONCLUSIONES

- Existen una serie de características que dan a nuestros productos una aceptación en el mercado nacional e internacional, compitiendo con productores de otras latitudes. Los mismos productores manifiestan que estas están centradas fundamentalmente en la calidad de los suelos, el clima, la presencia de agua y la variedad de productos con demanda en el mercado; la existencia de alianzas y cadenas productivas como una práctica con resultados exitosos en la Región; empresas exportadoras que trabajan con sistemas de certificación de calidad ISO; nuevas inversiones de empresas locales en Chavimochic para incrementar cultivos con demanda en el mercado exterior; capacidad instalada ociosa en algunas industrias; existencia de cuando menos cinco cadenas productivas en consolidación (maíz, caña, alcachofa, páprika, piquillo, espárrago).
- La demanda tiene los siguientes características: los consumidores muestran una mayor preferencia por alimentos frescos, poco grasos y dulces, congruentes con una nutrición sana, estética y ecológicamente limpia, así como un creciente interés en probar alimentos cuyos sabores y texturas sean específicos o nuevos; se buscan alimentos exóticos, a raíz del efecto de demostración; existe una mayor disponibilidad de productos fuera de temporada en los mercados; la

pérdida de la competitividad relativa en los países productores tradicionales ha dado lugar a la aparición de un espacio en la demanda internacional.

- La oferta se caracteriza por los siguientes rasgos: incluye productos recientemente incorporados a las corrientes de exportación (rubros relativamente secundarios cuyo potencial exportador ha empezado a desarrollarse); productos que han despertado interés en comenzar a exportarlos (aquellos cuya demanda interna es reducida); los agricultores tienen la capacidad y la disposición de efectuar inversiones y adoptar tecnologías avanzadas para obtener productos de exportación de alto valor unitario; existe la posibilidad de aprovechar las coyunturas desfavorables y pérdidas de competitividad en los mercados internacionales de los países industrializados que concentran las exportaciones mundiales de sus pares.
- La inserción de los productos no tradicionales en el mercado internacional está dado en acuerdos bilaterales y fundamentalmente en función a Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados en estos últimos tiempos con mercados mundiales de mucha importancia como los Estados Unidos de Norteamérica, La Unión Europea y La China, donde se precisan con claridad los diferentes mecanismos de inserción.
- En La Libertad la exportación de productos no tradicionales sufrieron altibajos, tal es así que en enero de 2012 y enero de 2013 sufrió una baja de \$ 35 498 a \$ 29 749 pero en el período de abril 2012 y abril 2013 se tuvo un ligero incremento de \$ 26 455 a \$ 30 753.
- El primer trimestre de 2012 (enero – marzo), el total exportado en la región La Libertad alcanzó un valor FOB de US\$ 197,1 millones, registrando una caída de 17,1% respecto al valor recaudado en marzo de 2011 (US\$ 237,6 millones); reducción, asociada al menor volumen de envíos al exterior en productos tradicionales y no tradicionales.

- El valor exportado en La Libertad, representó el 5,0% del valor exportado a nivel nacional. En tanto, durante el primer trimestre del 2012, el total exportado en la región La Libertad alcanzó un valor FOB de US\$ 719,3 millones, registrando un incremento de 15,3% respecto al valor FOB recaudado en el mismo periodo del año 2011 (US\$ 623,8 millones); debido al mayor dinamismo en la comercialización de productos tradicionales y no tradicionales. En este periodo acumulado, el valor exportado en La Libertad, representó 6,3% del valor exportado a nivel nacional.
- En el 2012 el valor de las exportaciones en la región La Libertad disminuyó 17,1%, en comparación al valor exportado en el mismo mes del año 2011, debido a un menor dinamismo comercial en productos tradicionales (oro y harina de pescado) y no tradicionales (espárragos congelados y en conserva, y alcachofas en conserva). En tanto, en el primer trimestre 2012, el valor de las exportaciones aumentó en 15,3% en relación al mismo periodo del 2011; lo cual, se justifica en la mayor comercialización de productos tradicionales (mineros y pesqueros) y no tradicionales (principalmente agropecuarios).
- Las exportaciones de productos tradicionales comprenden cacao, tabaco (sin procesar), especias, carne y animales vivos, camarón y otros productos del mar, madera, petróleo, cuero, plata, plomo, zinc, café, algodón y azúcar. Todos los demás productos corresponden a las exportaciones no tradicionales, que pueden subdividirse en intensivas en capitales humanos e intensivos en tecnología. Estas últimas comprenden los productos más avanzados y modernos, que tienden a insertarse a los segmentos de los mercados internacionales que crecen con mayor rapidez.
- Entre enero y abril de 2012 las exportaciones tradicionales ascendieron al 87,70 %, decayendo en el mismo período en el 2013 a 80,90%. En cambio las exportaciones no tradicionales en los mismos períodos y años se incrementaron de 13% a 19.10%.

- El destino de las exportaciones se concentra en tres países que adquieren, en conjunto, el 72,1 % del total exportado. El principal mercado es Suiza con el 45,5 %; seguido por Canadá, con el 15 % e India con el 11,6 %, todos con oro.
- El principal mercado de destino es el de Estados Unidos que representa el 25 % del valor de las exportaciones no tradicionales; a este mercado se envía principalmente productos agropecuarios y textiles.

6. RECOMENDACIONES

- Incentivar en los agricultores el cultivo de productos con cierto valor agregado y que sean competitivos en el mercado local, nacional e internacional.
- Propiciar una producción de calidad en todos los demás sectores, con la finalidad de tener una producción más rentable.
- Desarrollar políticas de coordinación entre las instituciones: gobiernos locales, regionales, la Cámara de Comercio y los productores pequeños, medianos y grandes, a fin de garantizar un mercado adecuado que posibilite la comercialización por las vías más rápidas.
- Realizar trabajos de investigación específicos, es decir, en cada uno de los productos no tradicionales, con información en detalle y con carácter histórico a fin de conocer los momentos de flujo y reflujo de nuestra exportación y prever imponderables.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BCRP (2013). Notas de Estudios del BCRP. N° 14. 12 de Mayo de 2013
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1993). La apertura y los procesos agroexportadores recientes (LC/R.1299), Santiago de Chile, 10 de septiembre.
- CEPAL (1992). La exportación de productos básicos no tradicionales de América Latina (LC/L.705), Santiago de Chile, 11 de agosto.
- CEPAL (1973a), Estrategia de exportaciones no tradicionales: una primera evaluación (E/CN.12/697), Santiago de Chile, 27 de julio.
- CEPAL (1973b), Políticas e instrumentos para el desarrollo de las exportaciones no tradicionales: análisis y evaluación de Venezuela (ECLA/SE/EX/DRAFT/83), Santiago de Chile, septiembre.
- CENTRO REGIONAL DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO (CERPLAN) (2012). La Libertad. Producción, exportación y empleo en la Región La Libertad. Sistema de Información Regional. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Reporte de Indicadores N° 01 - 2012
- Gabriele, Alberto (1997), “¿Cuán no tradicionales son las exportaciones no tradicionales? La experiencia de siete países de la Cuenca de Caribe”, Revista de la CEPAL, N° □63 (LC/G.1986-P), Santiago de Chile, diciembre.
- Kouzmine, Valentine (2000). Exportaciones no tradicionales latinoamericanas. Un enfoque no tradicional. Naciones Unidas. CEPAL – ECLAC. División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo. Santiago de Chile. CEPAL, Serie 7: Comercio Internacional.
- Ley de Exportaciones No Tradicionales N° 22342 y su Reglamento.
- Prochile (1998). Análisis de las exportaciones chilenas, Santiago de Chile, Ministerio de Relaciones Exteriores.
- Soto Vallejo, Irma (2011). Determinantes del sector exportador no tradicional del Departamento de Caldas y su comportamiento en el período 1984 a 2004. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas y Económicas. Maestría en Ciencias Económicas. Medellín, Colombia. (www.bdigital.unal.edu.co/4612/1/25232859.2011.pdf).
- SUNAT (2012). Informe Mensual de Comercio Exterior. Enero-Diciembre, 2012. Gerencia de Comunicaciones.
- Von Hesse, Milton (1994), “Políticas públicas y la competitividad de las exportaciones agrícolas”. Revista de la CEPAL, N° 53 (LC/G.1832-P), Santiago de Chile, agosto.
- Fuentes:
 - http://www.peru.gob.pe/secciones/pep_municipalidades.asp
 - http://www.peru.gob.pe/oportunidades_y_negocios/pep_negocios.asp
 - <http://www.ceplan.gob.pe/plan-bicentenario>
 - <http://www.sunat.gob.pe/indicestajas/index.html>

ANEXOS