

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL



**“ESTUDIO DE IMPACTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR
AGRICOLA NO TRADICIONAL EN LA REGIÓN AREQUIPA DURANTE EL
PERIODO 2010-2014”**

Tesis presentada por el Bachiller:

GEOMAR PALOMINO VILDOSO

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO COMERCIAL

Especialidad:

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Asesor:

Mg. VICTOR QUISPE VELASQUEZ

AREQUIPA - PERU

2017

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios y a mis padres quienes siempre incentivaron mi crecimiento personal, crecimiento que esta afianzado sobre las bases del amor, respeto y disciplina, a mi abuelo Juan Vildoso que en vida siempre quiso que sus hijos y nietos sean mejores personas.



AGRADECIMIENTO

Agradezco a las personas que contribuyeron de forma directa e indirecta a la presente investigación, a la universidad por la formación brindada en el ámbito personal y profesional, la cual hoy en día me permite desenvolverme en el ámbito laboral de forma correcta. A las personas que durante mi estadía en Arequipa me apoyaron durante mi desarrollo.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	07
RESUMEN.....	09
SUMMARY.....	13
CAPITULO I: CONDICIONES GENERALES DE LA REGIÓN EN LA EXPORTACIÓN.....	16
1.1 Características de la región Arequipa.....	16
1.1.1 Ubicación y articulación con el Perú y el mundo.....	16
1.1.2 Red vial y el tipo de superficie.....	18
1.1.2.1 La Carretera Interoceánica.....	20
1.1.3 Acceso a puertos, aeropuertos y vías férreas.....	21
1.1.4 Características Geográficas y Recursos.....	25
1.2 Estructura Productiva de Arequipa – PBI.....	28
1.2.1 Sector Agricultura, caza y Silvicultura.....	31
1.2.2.1 Comportamiento del Sector.....	31
1.2.2.2 Indicadores productivos de los principales productos del sector.....	32
1.3 Comportamiento del comercio exterior de la región Arequipa.....	36
1.3.1 Las exportaciones de la región.....	37
1.3.1.1 Exportaciones por Sectores.....	37
1.3.1.2 Exportaciones por Bloques Económicos.....	43
CAPITULO II: COMPORTAMIENTO PRODUCTIVO E IMPACTO DEL SECTOR AGROEXPORTADOR.....	48
2.1 Caracterización de la agricultura a nivel país.....	48
2.1.1 Situación actual y perspectivas del agro en el país.....	49
2.2 Caracterización de la agricultura en la región Arequipa.....	57
2.2.1 Situación actual y perspectivas del agro en la región Arequipa.....	60
2.3 Comportamiento e impacto en el sector.....	61
2.3.1 Evaluación del sector agroexportador mundial.....	61

2.3.2 Evaluación del sector agroexportador nacional.....	63
2.3.3 Evaluación del sector agroexportador regional.....	65
2.3.3.1 Exportaciones por países de destino.....	66
2.3.3.2 Exportaciones por producto.....	68
2.3.3.2.1 Exportaciones por grandes grupos de clasificación.....	84
2.3.3.2.2 Priorización de productos con mayor potencial exportador agrícola.....	90
2.3.3.2.3 Precios de exportación de los productos con mayor potencial exportador.....	117
2.3.3.2.4 Otros cultivos y oportunidades de agro exportación.....	118
2.3.3.3 Exportaciones por empresas.....	119
2.3.3.3.1 Numero de empresas y productos de exportación.....	120
CAPITULO III: DIAGNOSTICO, PROPUESTAS E IMPACTO DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONOMICO.....	122
3.1 Diagnostico agroexportador en la región Arequipa.....	122
3.1.1 Ventaja comparativa del sector en la región Arequipa.....	124
3.1.2 Análisis FODA del sector en la región Arequipa.....	125
3.1.3 Propuestas para el sector.....	127
3.1.4 Propuestas a nivel de instituciones.....	128
3.2 Propuestas de programas y proyectos en el sector.....	134
3.3 Impacto de empleo en el sector.....	135
3.3.1 Empleo directo.....	135
CONCLUSIONES.....	139
RECOMENDACIONES.....	143
BIBLIOGRAFÍA.....	145
ANEXOS.....	147
Anexo 1 - Entrevistas a Involucrados	148
Anexo 2 - Plan de Tesis.....	172

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Clasificación de la red vial y tipo de superficie, 2014 (kilómetros).....	18
Cuadro N° 02: Longitud de la red vial por tipo de superficie, 2014 (Km).....	19
Cuadro N° 03: Distancia de la provincia de Arequipa a las principales ciudades de la región (Km).....	20
Cuadro N° 04: Distancia de la provincia de Arequipa a las principales ciudades del país en Km.....	20
Cuadro N° 05: Movimiento de carga por el aeropuerto Rodríguez Ballón (Kg).....	22
Cuadro N° 06: Ubicación de los principales puertos de Arequipa.....	24
Cuadro N° 07: Provincias y N° de distritos de Arequipa.....	26
Cuadro N° 08: Producto Bruto Interno por Actividades Económicas en Arequipa Valores a Precios Constantes de 2007 - (Miles de Nuevos Soles).....	29
Cuadro N° 09: Participación del Producto Bruto Interno por Actividades Económicas en Arequipa, periodo 2010-2014.....	30
Cuadro N° 10: Comportamiento del Sector Agricultura, Caza y Silvicultura.....	31
Cuadro N° 11: Producción de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Toneladas.....	33
Cuadro N° 12: Área Sembrada de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Hectáreas.....	34
Cuadro N° 13: Rendimiento de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Kg/Ha.....	35
Cuadro N° 14: Precios en chacra de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en S/.Kg.....	36
Cuadro N° 15: Exportaciones de Arequipa acumuladas por sectores, Periodo 2010-2014 (Millones de US\$FOB).....	38

Cuadro N° 16: Exportaciones de Arequipa Acumulada por Bloques Económicos, en Millones de US\$ FOB (2010-2015).....	43
Cuadro N° 17: Evolución de las Agroexportaciones de la región Arequipa, 2010-2015.....	65
Cuadro N° 18: Crecimiento de las Agroexportaciones de la región Arequipa, por país de destino, Periodo 2010-2015.....	67
Cuadro N° 19: Movimientos de Partidas Arancelarias del sector Agroexportador, Periodo 2010-2015.....	69
Cuadro N° 20: Exportaciones de la Región Arequipa del sector Agroexportador, Periodo 2004-2008 (US\$FOB).....	69
Cuadro N° 21: Principales Productos de exportación, Periodo 2010-2015 (US\$FOB)	74
Cuadro N° 22: Principales productos por mercados de destino en US\$ FOB, Periodo 2015.....	76
Cuadro N° 23: Exportaciones por grandes grupos de clasificación del sector Agroexportador, periodo 2010-2015 (US\$ FOB).....	84
Cuadro N° 24: Principales productos priorizados según criterios de selección.....	91
Cuadro N° 25: Precios promedio de productos seleccionados, Periodo 2010-2015....	118
Cuadro N° 26: Exportaciones del Sector por empresa, periodo 2010-2015.....	120
Cuadro N° 27: Numero de empresas y productos del sector, periodo 2010-2015.....	121
Cuadro N° 28: Porcentaje de la PEA por ramas de actividad en Arequipa, Periodo 2010-2015.....	135
Cuadro N° 29: Porcentaje de la PEA por ramas de actividad a nivel nacional, Periodo 2010-2015.....	136
Cuadro 30: Ingreso promedio en la rama Agrícola/ Pesca/Minería en S/. Por mes Periodo 2010-2015.....	137

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Comparación del comportamiento del sector en la región y el país, Periodo 2010-2014.....	32
Gráfico N° 2: Tendencia de las exportaciones de la región Arequipa, 2010-2014.....	39
Gráfico N° 3: Participación de las exportaciones de Arequipa por Sectores (%).....	40
Gráfico N° 4: Participación de las exportaciones de Arequipa a los Principales Bloques Económicos, 2010 –2015.....	44
Gráfico N° 5: Evolución del comercio de productos agrícolas en el mundo, Periodo 2000-2024, Miles de Millones de US\$.....	63
Gráfico N° 6: Evolución de las exportaciones por sector, Periodo 2010-2015.....	64
Gráfico N° 7: Evolución de las Agro exportaciones de la Región, 2010-2015.....	65
Gráfico N° 8: Principales países de destino de las Agro exportaciones de la región Arequipa.....	66
Gráfico N° 9: Participación de las agro exportaciones de la región Arequipa por Bloques Económicos, Periodo 2010-2015.....	68
Grafico N° 10: Diagnostico agroexportador en la región Arequipa.....	123

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Tipos de climas según provincias.....	27
---	----



INTRODUCCIÓN

La actividad agrícola es uno de los sectores más importantes de la región Arequipa. A pesar de la aridez de su clima y en general difícil fisiografía, su agricultura tiene aún un enorme potencial por ser explotado, en la medida que pueda alcanzar mercados más amplios y rentables. Así mismo se caracteriza por la diversidad de ecosistemas y la variedad de climas que constituyen fortalezas de la región, pues permiten la obtención de diversos cultivos a lo largo del año.

La agro-exportación sólo compromete un mínimo en las áreas de cultivo regional, ésta no ha alcanzado los niveles de desarrollo observados en la costa central y norte del País, donde se ha convertido en uno de sus principales motores de desarrollo económico. La importancia de impulsar a los cultivos de exportación radica en su superior capacidad de generación de empleo, y en que descongestionan la ya saturada oferta de productos para el mercado nacional, al ocupar recursos que de otra forma se destinarían a la producción para el consumo interno.

La Región Arequipa ofrece óptimas condiciones para la producción de variados productos exportables. Contamos con ventajas comparativas para una serie de frutas y hortalizas, frescas y procesadas. En el caso de los productos frescos tenemos la ventaja geográfica de estar en contra estación con el hemisferio norte, y en los productos procesados, contamos con alta productividad y amplia disponibilidad de mano de obra.

Con estos antecedentes, la presente investigación pretende analizar el impacto de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la región Arequipa durante el periodo 2010-2014. Así mismo, se pretende aportar elementos de análisis sobre el desempeño de las exportaciones agropecuarias, elaborando un conjunto mínimo de indicadores del desempeño que permitan identificar una evolución o involución de este

subsector exportador en el ámbito de estudio, los cuales puedan servir de referencia en futuras investigaciones.

La presente investigación se desarrolla en tres capítulos, el primero de ellos pretende analizar las condiciones generales de la región que favorecen la actividad exportadora, destacando la estructura productiva de la región, así como un análisis de las exportaciones de Arequipa tanto por sectores, por países y/o bloques económicos.

Posteriormente en un segundo capítulo, se hace un análisis del comportamiento exterior del sector agroexportador, detallando las exportaciones de todo el sector durante el periodo en estudio tanto a nivel mundial, de país como de la región Arequipa y un análisis a nivel de indicadores como: proceso productivo, precios, rendimientos, principales productos, nuevos productos, países de destino, etc.

Finalmente en el tercer capítulo se realiza un diagnóstico con propuestas y el impacto de ellas en las exportaciones agrícolas, considerando la generación de empleo en el sector y los proyectos que podrían generar un mayor crecimiento de la región Arequipa.

Por último se presentan las conclusiones y recomendaciones que resultan de la investigación, las cuales serán presentadas con el objetivo de aportar un mayor conocimiento y propuestas a la realidad económica en Arequipa, que nos dé una mayor perspectiva de cómo está el sector y como puede ser mejorado.

RESUMEN

La agricultura en Arequipa cuenta con una área agrícola de apenas 148,033 Has (8% de su territorio) y alrededor de 58,202 agricultores en 139,528 parcelas. La rentabilidad del sector agropecuario ha venido a menos, trayendo como consecuencia que la situación económica de los productores agrícolas empeore, principalmente en las zonas alto andinas, donde los niveles de producción son bajos, a los que podríamos agregar los altos costos de transporte por lo alejado de los centros de comercialización y adicionado a ello por tratarse en su mayoría por vías en situación de trocha carrozable. En la actividad productiva agrícola de la región, destacan los cultivos de: arroz, alfalfa, maíz chala, cebolla, papa, tuna – cochinilla, ajo, olivo, quinua y maíz amiláceo.

El desarrollo de la agroindustria y agroexportación van de la mano, y constituyen componentes importantes para el desarrollo regional. Ambos requieren de inversión, y del desarrollo y transmisión de tecnologías, agrícolas e industriales. Si se promueve la agroexportación (con el componente agroindustrial correspondiente), podríamos incrementar el área dedicada a éstos cultivos en los próximos años, con el consiguiente efecto multiplicador en la economía de la región Arequipa.

La presente investigación consta de tres capítulos: El primer capítulo considera el entorno de la región Arequipa para el desarrollo exportador del sector, donde las condiciones en infraestructura (puertos, aeropuertos, vías, etc.) aun no son las adecuadas para potencializar el sector agroexportador. A ello aunamos que el sector representa el 6.80% en el PBI de la región ubicándose en el sexto lugar a lo largo del periodo de análisis. En términos de exportación el sector ocupa el tercer lugar y participa con el 3.17% del total de las exportaciones de la región, siendo los productos más representativos: alcachofa, uvas, cebolla, nueces, algas, quinua, entre los más importantes.

El segundo capítulo muestra el comportamiento productivo y exterior del sector agroexportador, donde observamos que la agroexportación sólo compromete alrededor de un 10% del área de cultivo regional. Esta no ha alcanzado los niveles de

desarrollo observados en la costa central y norte del Perú, donde se ha convertido en uno de sus principales motores de desarrollo económico. Asimismo resalta factores que no permiten un verdadero crecimiento en el sector, como son: Ausencia de planificación de cultivos, inadecuada e insuficiente organización de productores, insuficiente capacitación de los agricultores, deficiente sistema de comercialización, deficiente infraestructura, dificultades de financiamiento, escasez de recursos hídricos, ausencia de incorporación de nuevas tecnologías y cultivos alternativos. En términos del mercado externo, según la FAO, deduce que América Latina seguirá proveyendo de productos agrícolas a regiones como Asia y África principalmente.

En el contexto regional, se puede observar su gran dinamismo de crecimiento, con una tasa de crecimiento promedio anual del 0.90% en el periodo 2010 - 2015 y ocupando a nivel de participación de todos los sectores de exportación el tercer lugar (3.17%). En cuanto al no tradicional se encuentra en el segundo lugar de participación en un nivel de 24.6% después del sector textil (29.3%). En términos de bloques económicos, las exportaciones no tradicionales del sector agrícola de la región Arequipa, muestra como principal destino los miembros del NAFTA (36%), seguido de los países que integran la Unión Europea (28%), luego le siguen en orden de importancia la CAN y Resto de Asia (14% y 13% respectivamente). En quinto lugar, aparecen los despachos al país de Chile, con una participación de 5%.

En total se exportaron en el periodo 201 productos. Asimismo vale la pena considerar el surgimiento de nuevos productos de exportación de la región en el sector, como por ejemplo: la papa, tomates, frutas, flores, pisco, etc. Debido a su tasa de crecimiento, potencial de crecimiento, precios y demanda del mercado internacional, se prioriza veinte productos donde la región puede incrementar su mercado internacional, como: flores, alcachofas, cebollas, paprika seca, maca, tomate, zanahoria, ajos, aceitunas, papas, hongos del genero agaricus, habas, frijoles, uvas, paltas, fresas, aguaymanto, granada, mangos, quinua, kiwicha, maíz morado, harina de cereales, pisco, cúrcuma, cochinilla, productos naturales de infusión, orégano, maíz variedad cancha montaña, maíz mote y las mandarinas.

En el tercer capítulo, se muestra un diagnóstico, propuestas e impacto de las exportaciones agrícolas en la generación de empleo en la región Arequipa, donde resalta la inexistencia de un sistema nacional y/o regional de innovación que maneje información actualizada y permita la acumulación de conocimientos para su distribución y uso.

Igualmente existe una profunda debilidad de carácter técnico, administrativo y financiero en los gremios existentes de productores, agroindustriales y exportadores que existen en el Perú y la región. Esto les limita la capacidad de generar propuestas de políticas y apoyo técnico para el desarrollo productivo y comercial y otras actividades vitales para sus asociados.

Otro problema es la falta de reconocimiento de conciencia gremial, voluntad de trabajo en equipo, ausencia de mecanismos innovadores para la consecución de recursos financieros y falta de prospectiva para desarrollar y fortalecer las instituciones gremiales.

Otro problema es la falta de coordinación de los productores agrícolas (ausencia de planificación) en cuanto a su oferta productiva, lo cual genera precios por debajo del precio del mercado, trayendo como consecuencia que los agricultores no generen utilidades acorde al mercado y por ende en algunos casos el no poder cumplir con sus obligaciones financieras contraídas en su proceso de producción.

Otro problema que afecta al desarrollo agroexportador de la región, es la presencia de áreas agrícolas atomizadas que no permiten generar producción a gran escala, por lo que en algunos casos no es fácil generar arreglos asociativos para lograr oferta exportable acorde a la demanda del mercado internacional.

Otra gran debilidad es la ausencia de políticas claras en el sector respecto al control oportuno de la distribución del recurso hídrico, lo cual genera un mal manejo de riego.

Otra gran debilidad, es la ausencia de conocimiento en cuanto a las normativas del mercado internacional, y más aún en productos de consumo humano donde las exigencias del mercado son cada vez mayores.

En Arequipa el sector agrícola y pesca representan a lo largo del periodo de análisis, en promedio un 14.95% de participación ubicándose en el segundo lugar después del

rubro de Comercio (18.88%); es decir se registró una mayor cantidad de trabajadores dedicados a este rubro. En el último año de análisis, la rama agrícola y pesquera registro una tasa de crecimiento en el orden de 6.85%, siendo una de las más altas y la cual fue generada por la agroexportación. Así mismo podemos mencionar que en términos generales el sector agrícola/pesquero emplea en el último año el 16% de la PEA de Arequipa.

En términos de ingreso y dadas las limitaciones de información, podemos mencionar que la rama de agricultura, pesca y minería registra en promedio ingresos mensuales de S/. 1,384, y que en el último periodo muestra una tasa creciente favorable en el orden de 4%. Por lo que las expectativas en esta rama son favorables.

Palabras clave: Exportación, agrícola, Arequipa



SUMMARY

Arequipa agriculture has an agricultural area of just 148.033 Has (8% of its territory) and about 58.202 139.528 farmers plots. The profitability of the agricultural sector has been less, consequently resulting in the economic situation of farmers worse, especially in the highlands, where production levels are low, which could add high transportation costs so away from marketing centers and add to it because it mostly by-way dirt road situation.

In agricultural production activity in the region, crops include rice, alfalfa, corn husks, onions, potatoes, tuna - cochineal, garlic, olives, quinoa and corn starch.

The development of agribusiness and agro-exports go hand in hand, and are important for regional development components. Both require investment, and development and transfer of agricultural and industrial technologies. If agricultural exports (with the corresponding agroindustrial component) is promoted, we could increase the area dedicated to these crops in the coming years, resulting multiplier effect on the economy of the Arequipa region.

This research consists of three chapters: The first chapter considers the environment of the Arequipa region for export development sector, where conditions in infrastructure (ports, airports, roads, etc.) are not yet adequate to potentiate the agro-export sector. To this we join the sector accounts for 6.80% in GDP in the region being located in sixth place throughout the period of analysis. In terms of export sector it ranked third and participates with 3.17% of the total exports of the region, the most representative products: artichokes, grapes, onions, nuts, seaweed, and quinoa, among the most important.

The second chapter shows the productive and outward behavior of the agro-export sector, where we observed that agricultural exports commits only about 10% of the area of regional culture. This has not reached the levels of development observed in the central and northern coast of Peru, where it has become one of its main engines of economic development. Also highlights factors that do not allow real growth in the sector, such as: Lack of Planning Crops, inadequate and insufficient producer

organization, inadequate training of farmers, poor marketing system, poor infrastructure, financing difficulties, lack of resources water, Absence of Incorporation of New Technologies and Alternative Crops. In terms of the external market, according to FAO, it shows that Latin America will continue to provide agricultural products to regions such as Asia and Africa mainly. In the regional context, one can observe extremely dynamic growth, with an average annual growth rate of 0.90% for the period from 2010 – 2014 and occupying level of participation of all export sectors in third place (3.17%). Regarding untraditional is in second place in a level of 24.6% after textiles (29.3%). In terms of economic blocs, non-traditional exports of agricultural sector in the Arequipa region, shown as the main destination NAFTA members (36%), followed by the countries of the European Union (28%), then followed in order CAN importance and Rest of Asia (14% and 13% respectively). Fifthly, shipments to the country of Chile appear, with a share of 5%. In total they were exported in the period 201 products. Also worth considering the emergence of new export products of the region in the sector, such as: potatoes, tomatoes, fruits, flowers, pisco, etc. Because of its growth rate, growth potential, prices and international market demand, twenty products where the region can increase its international market as a priority: flowers, artichokes, onions, dried paprika, maca, tomato, carrot, garlic, olives, potatoes, mushrooms of the agaricus genus, beans, beans, grapes, avocados, strawberries, aguaymanto, Granada, mangos, quinoa, amaranth, purple corn, cereal flour, pisco, turmeric, cochineal, natural infusion products, oregano, corn field and mountain range moniker and tangerines.

In the third chapter, a diagnosis, proposals and impact of agricultural exports in generating employment in the Arequipa region, which highlights the lack of a national and / or regional innovation to handle date information and allow shown accumulation knowledge for distribution and use.

There is also a profound weakness of technical, administrative and financial nature in existing associations of producers, agribusiness and exporters that exist in Peru and the region. This will limit the ability to generate policy proposals and technical support for the productive and commercial development and other vital activities for its members.

Another problem is the lack of recognition of union consciousness, will teamwork, lack of innovative mechanisms for achieving financial resources and lack of foresight to develop and strengthen trade institutions.

Another problem is the lack of coordination of agricultural producers (lack of planning) in their production supply, which causes prices below the market price, consequently resulting in farmers not generate profits according to the market and therefore in some cases failing to meet its financial obligations in its production process.

Another problem affecting the agricultural export development in the region is the presence of agricultural areas atomized not allow the generation of large-scale production, and in some cases it is not easy to generate associative arrays to achieve export supply according to market demand international.

Another great weakness is the absence of clear policies in the sector with respect to timely control the distribution of water resources, which leads to poor management of irrigation.

Another major weakness is the lack of knowledge regarding the rules of the international market, and even more in consumer products where market demands are increasing.

In Arequipa, the agriculture and fishing industry during an analysis period represent an average of 14.95% of participation ranking second place after Commerce (18.88%); therefore there was a greater number of workers dedicated to this area.

In the last year of analysis, the agriculture and fishing industry trademark a growth rate of 6.85%, this being one of the highest which was generated by agricultural export. Also we can mention that in general terms the agriculture/fishing segment used the 16% of the PEA in the last year of Arequipa.

In terms of income and given the limitations of data, we can say that the branch of agriculture, fishing and mining have an average rate of S/. 1,384, of monthly income and in the last period a positive growing rate of 4%. This is why the expectations in this branch are favorable.

Keywords: Export, agricultural, Arequipa

CAPITULO I

CONDICIONES GENERALES DE LA REGIÓN EN LA EXPORTACIÓN

1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA REGIÓN AREQUIPA

1.1.1. Ubicación y articulación con el Perú y el mundo

La ciudad se encuentra localizada a una altitud de 2,328 msnm; la parte más baja de la ciudad se encuentra a una altitud de 2,041 msnm en el Huayco, Uchumayo y la más alta se localiza a los 2,810 msnm. La ciudad es atravesada por el Río Chili de norte a suroeste, formando a su paso un valle. El emplazamiento sobre el valle juega un rol importante; el valle de Arequipa es protegido al norte y al este por la faja cordillerana andina y hacia el sur y oeste por cadenas bajas de cerros. Desde la ciudad se observan una serie de conos volcánicos que forman nevados como el Misti, Chachani y PichuPichu; su territorio es accidentado debido a la presencia de la Cordillera de los Andes de la parte occidental del continente.

El departamento de Arequipa está ubicado en el sur del país, y limita con los departamentos de Ica, Ayacucho, Apurímac, Cusco, Puno y Moquegua, en una longitud de 1,071 kms⁵. La costa sur del Perú conforma una región que engloba a cuatro de los departamentos más competitivos del país (Tacna, Moquegua, Arequipa e Ica), con Arequipa y Moquegua a la cabeza de esta macro-región competitiva.

El territorio de Arequipa está conformado por regiones de costa y sierra. La costa ocupa 39.7% (25,162.7 kilómetros cuadrados) del territorio, con un litoral de 528 kilómetros, el más amplio del país; esto brinda al departamento una gran riqueza ictiológica y una amplia variedad de especies marinas. La gran diversidad de la tierra costera (cerros, quebradas secas, más de 23 valles, playas y dunas móviles de hasta 15 metros anualmente) constituye también una fuente de atracción turística para la región. La sierra ocupa 60.3% (38,182.7 kilómetros) del territorio. Esta región es atravesada por la cordillera de los Andes, dejando en sus pasos estrechos valles y cañones como el Colca y Cotahuasi, dos de los cañones más profundos del mundo.

Otra ventaja de su ubicación es que Arequipa se encuentra en el acceso al Tramo 1 de la Carretera Interoceánica. Es además parte del Corredor Turístico Sur peruano, significando esto que la región está interconectada con el 40% del país. La ubicación estratégica de la región también permite la interconexión de su ciudad capital con los países vecinos de Bolivia (a 441 kilómetros de Desaguadero), Brasil (a 1,363 kilómetros de Rio Branco) y Chile (a 410 kilómetros de Arica). Arequipa cuenta además con uno de los puertos más importantes del Perú (TISUR) que opera en la costa arequipeña.

El clima templado y soleado de la ciudad de Arequipa permite que ésta no se vea obligada a interrumpir sus actividades económicas y sociales por factores climáticos, salvo años excepcionales de intensas lluvias. La región puede sufrir, sin embargo, de sequías. Asimismo, la región se encuentra en el Cinturón de Fuego del Pacífico, por lo que se encuentra expuesta a sismos y erupciones volcánicas.

En la región existen cinco de los ocho pisos ecológicos identificados en el Perú y, gracias a esto, se tienen diversos climas que van desde cálido y templado hasta frío, lo que permite tener distintos ecosistemas y la producción de variados productos. Cuenta además con 16 ríos que drenan a lo largo de las extensiones de la región, pertenecientes a la cuenca del Pacífico y al Sistema Hidrográfico del Amazonas, así como 26 lagunas que hacen a la región rica en recursos hidrobiológicos e hídricos, permitiendo contar con grandes fuentes de agua para la irrigación de suelos.

Finalmente, cabe destacar que en la provincia arequipeña de Islay se encuentra Corío, una extensa playa que tiene una profundidad de calado cercana a los 30 metros, ideal

para la construcción de un mega puerto para naves de gran envergadura. En el Callao, comparativamente, la profundidad de calado es de 16 metros, y en el puerto de Mejillones (Chile) se alcanza una profundidad de sólo 14 metros¹

1.1.2. Red Vial y el Tipo de Superficie

La región tiene una red vial de 9175 km y ocupa el segundo lugar después de Lima en longitud de red vial asfaltada a nivel nacional con el 20.9% de su red vial bajo este tipo de superficie. No obstante ello, todavía tiene el 50.1% de superficie en trocha, seguida de 15.5% de red vial afirmada y 12.4% de superficie sin afirmar. En el siguiente cuadro, se puede apreciar la clasificación de la red vial regional.

Cuadro N° 1: Clasificación de la red vial y tipo de superficie, 2014 (kilómetros)

DEPARTAMENTO	LONGUITUD TOTAL	ASFALTADO	AFIRMADO	SIN AFIRMAR	TROCHA
RUTA NACIONAL	1433.5	989.4	255.2	184.3	4.6
RUTA DEPARTAMENTAL	1739.1	531.9	413.5	645.9	147.8
RUTA VECINAL	6002.4	394.1	749.8	304.1	4554.4
TOTAL AREQUIPA	9175	1915.4	1418.5	1134.3	4706.8

Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones

En la actualidad, se encuentra en evaluación el proyecto vial Camaná – DV. Quilca – Matarani – Ilo – Tacna (459.12 km), la carretera Patahuasi- Sauri (201 km) y el tramo Aplao – Machahuay – Andahua (118 km).

El mantenimiento de la carretera Patahuasi – Vizcachani (23.8 km) se concluyó en junio de 2007, la carretera puente Santa Rosa – Puente Montalvo (98.2 km) comenzó su rehabilitación el 2 de mayo, con un plazo de 360 días. La carretera Vizcachani – DV. Sibayo (53.7 km) se encuentra en la etapa de presentación de consultas. La ejecución de la carretera acceso Microondas – DV. Mollendo (84 km) está sujeta a la disponibilidad presupuestal.

¹ Fuente: Carlos Leyton Muñoz. Españoles, canadienses y coreanos interesados en Corio. D. El Pueblo – Arequipa Perú (2013). at <<http://www.elpueblo.com.pe/noticias/?p=23264>>

Las siguientes vías asfaltadas se encuentran en mantenimiento: Carretera Atico – Microondas (196 km), acceso Microondas – Puente El Fiscal – Matarani – La Curva (202.1 km), Arequipa – Yura – Patahuasi – Santa Lucía (195 km).

El 14 de febrero de 2005, se suscribió un convenio entre Provías Nacional y la Compañía Minera Tintaya para garantizar la transitabilidad de la carretera Imata – Condorama – Tintaya; cuya ejecución será íntegramente asumida por la Empresa Minera BHP Billinton Tintaya S.A hasta por un monto de S/. 13'436,807 Nuevos Soles.

La región tiene mayor porcentaje de red departamental asfaltada que Lima, lo que le permite tener mejor nivel de integración con sus provincias respecto a otras regiones del país, según la estadística oficial más reciente. Las provincias con mayor red vial asfaltada son Arequipa, Caravelí y Caylloma. A continuación, se muestra la clasificación de la red vial por provincias.

Cuadro N° 2: Longitud de la red vial por tipo de superficie, 2014 (Km)

DEPARTAMENTO Provincia	EXISTENTE POR TIPO DE SUPERFICIE DE RODADURA				Sub Total
	PAVIMENTADA	NO PAVIMENTADA			
	Asfaltada	Afirmada	Sin Afirmar	Trocha	
AREQUIPA	531.9	387.5	644.9	174.8	1,739.1
Arequipa	147.6	34.2	149.5	23.5	354.8
Caravelí	122.1	26.6	46.0	23.6	218.4
Castilla	94.8	35.0	129.3	43.3	302.5
Caylloma	106.5	30.3	320.1	55.5	512.3
Condesuyos	28.0	100.1		15.6	143.7
La Unión	32.9	161.3		13.3	207.5

Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones

La provincia de Arequipa está a dos horas de Islay y poco más de tres horas de Chivay, capital de Caylloma. La provincia más distante de la capital es Caravelí con 382km, le sigue La Unión con 379km y Condesuyos con 234km.

Cuadro N° 3: Distancia de la provincia de Arequipa a las principales ciudades de la región (Km)

PROVINCIA	CAPITAL	KM
CAMANA	CAMANA	174
CARAVELI	CARAVELI	382
CASTILLA	APLAO	178
CAYLLOMA	CHIVAY	151
CONDESUYOS	CHUQUIBAMBA	234
ISLAY	MOLLENDO	126
LA UNION	COTAHUASI	379

Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones

Con relación a nivel de integración con otras regiones del país, la provincia de Arequipa dista 220km de Moquegua, 368km de Tacna, 513km de Cusco y 326km de Puno.

Cuadro N° 4: Distancia de la provincia de Arequipa a principales ciudades en Km.

CIUDAD	KM	CIUDAD	KM
ABANCAY	1,026	ICA	706
AYACUCHO	1,094	LA OROYA	1,183
CAJAMARCA	1,870	LIMA	1,009
CERRO DE PASCO	1,311	MOQUEGUA	220
CUSCO	513	MOYOBAMBA	2,378
CHACHAPOYAS	2,228	PIRA	1,990
CHICLAYO	1,779	PUCALLPA	1,794
CHIMBOTE	1,440	PUERTO MALDONADO	946
HUANCAVELICA	1,046	PUNO	326
HUANCAYO	1,307	TACNA	368
HUANUCO	1,419	TRUJILLO	1,570
HUARAZ	1,415	TUMBES	2,268

Fuente: Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de AQP

1.1.2.1 La Carretera Interoceánica

La carretera forma parte de la Integración de la Infraestructura Regional Sudamericana (IIRSA) y une los departamentos de Madre de Dios, Puno, Cusco, Tacna, Moquegua, Arequipa, Ica, Ayacucho. Esta carretera tiene una extensión de 2 603km (de los cuales

1 071km corresponden a vías por asfaltar, 1 514km a vías asfaltadas y 17,5km de vías urbanas (sin incluir zona urbana de Juliaca)) y recorre los puertos del sur de San Juan de Marcona, Matarani e Ilo, hasta Iñapari.

Este proyecto genera la posibilidad de que productos brasileños salgan hacia Asia a través de puertos nacionales y que productos del Perú se comercialicen a Europa desde terminales brasileños.

Se estima que la vía permitirá que productos de los departamentos del sur peruano ingresen en el mercado brasileño y que artículos de Acre y Rondonia de Brasil, y, eventualmente de Amazonas y Matto Grosso, ingresen al Perú. Los agricultores están al tanto de la carretera hacia Brasil, pero observan algunos problemas. Así el gerente de la empresa Grape Fields SAC, Ing. Luis Rodríguez Begazo comenta *“Exportar a Brasil, se torna difícil, debido a las políticas proteccionistas de Brasil con sus productos, el tipo de cambio que es muy variable, el alto costo de transporte en carretera por distancias largas, y la baja demanda de las zonas cercanas a la frontera”*. En tanto el Ing. Justo Díaz Cano Vizcarra presidente de SADA-Arequipa, comenta *“La carretera interoceánica no ha llegado a ser lo prometido, siendo complicado el exportar por esa vía, debido a que los fletes son muy caros, debido a la ausencia de cargas de retorno para los transportistas”*. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1.

1.1.3. Acceso a puertos, aeropuertos y vías férreas

La región tiene infraestructura que le permite brindar alternativas de transporte por vía aérea y marítima.

Aeropuertos

El Aeropuerto Alfredo Rodríguez Ballón se encuentra ubicado en el distrito de Cayma, provincia de Arequipa, a una altura de 2 561m.s.n.m. y con una pista asfaltada de 2 980m por 45m. Este aeropuerto permite aterrizar aviones B – 737 – Airbus 300. Por sus características y equipamiento es uno de los mejores del Perú y cuenta con enlaces directos y diarios a las ciudades de Lima, Cusco, Juliaca y Tacna. Está a 1 hora y 20 minutos de Lima, 30 minutos de Cusco y poco más de 25 minutos de Juliaca y Tacna.

En la actualidad hay tres líneas operando en la ruta Lima-Arequipa con un total de al menos once vuelos diarios y de Arequipa – Lima con doce vuelos diarios, en fechas ordinarias. La aerolínea chilena SkyAirlines se encuentra operando en la ruta Arequipa – Arica desde el 9 de diciembre de 2007, con una frecuencia de tres veces por semana. Se estima que la Carretera Interoceánica impulsará el incremento de frecuencias hacia esta región e incluso podría requerirse la implementación de un puente aéreo con las ciudades de Acre, Rondonia y hasta Matto Grosso y Amazonía. Hay que agregar la línea que va a Chile desde Arequipa.

Existe un flujo comercial que moviliza carga a Lima por esta vía para luego ser embarcada al exterior. El cuadro a continuación, da cuenta del flujo comercial entre los años 2012 – 2014.

Cuadro N° 5: Movimiento de carga por el aeropuerto Rodríguez Ballón (Kg)

MES	2,012		2,013		2,014	
	Entrada	Salida	Entrada	Salida	Entrada	Salida
ENERO	98,972	38,800	103,826	56,176	102,164	36,371
FEBRERO	90,445	40,530	105,680	61,249	105,428	39,875
MARZO	114,887	49,619	128,402	56,912	140,861	36,428
ABRIL	108,860	39,704	123,474	54,433	114,755	36,497
MAYO	153,198	58,075	127,405	61,297	151,920	50,468
JUNIO	108,885	44,814	138,868	53,065	136,155	47,508
JULIO	106,639	56,031	134,020	46,207	118,268	46,910
AGOSTO	117,994	49,393	111,012	46,600	114,863	50,689
SEPTIEMBRE	114,549	44,891	146,302	47,452	118,277	49,957
OCTUBRE	114,149	53,598	130,419	47,025	128,868	51,802
NOVIEMBRE	114,883	51,053	136,361	52,087	135,855	50,054
DICIEMBRE	113,997	57,786	128,700	49,779	141,258	66,868
TOTAL	1,357,457	584,293	1,514,469	632,282	1,508,672	563,428

Fuente: Elaboración propia en base a datos de CORPAC S.A

Puertos

El Puerto de Matarani está ubicado en la provincia de Islay, donde las condiciones climáticas le permiten operar los 365 días del año y las 24 horas del día desde 1999. Tiene una infraestructura que le permite atender hasta cuatro naves simultáneamente.

Además tiene un muelle marginal de 583m de largo con calado certificado de 32 pies y una rada interior formada por dos rompeolas. Esta infraestructura se complementa con 62 000m² de zonas de almacenamiento abiertas con cobertores disponibles y totalmente cerradas, además de un almacén de 3000m² bajo el régimen autorizado de Aduanas.

Cuenta con un depósito de minerales de 18000m² con capacidad para 55 000Tn que se conecta con una faja transportadora para el embarque. Para el caso de los granos, tiene 59 silos de granos con capacidad de 75 000Tn y un sistema automatizado de descarga a través de dos torres absorbentes que permite descargar 600Tn/h.

A nivel de tecnología de manejo de carga, Matarani tiene la única grúa en el Perú modelo HMK 280 que permite movilizar un promedio de 20 contenedores por hora.

Actualmente, el puerto es operado por Terminal Internacional del Sur S.A. TISUR, bajo cuya administración ha obtenido cuatro certificaciones ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18000 y recientemente la certificación BASC y está implementando procedimientos para obtener el Código ISPS para instalaciones portuarias.

Este puerto es visto por empresarios brasileños y bolivianos como puerta de salida natural de la carga de dichos países. En los últimos años, las operaciones se han incrementado fuertemente a causa del flujo de carga boliviana. Es previsible que con la Interoceánica se incremente el flujo de carga del puerto por lo menos de la zona de Acre y se haga necesaria su ampliación. De no concretarse esto, la alternativa es especializar Ilo para granos y que Matarani se centre en secos y demás tipos de carga.

Según los registros de certificados de origen expedidos por la Cámara de Comercio y Producción de Arequipa, casi el 80% del valor exportado por el puerto de Matarani corresponde a productos del sector minero, seguido por los productos de la pesca para consumo humano indirecto.

En la región existen otros puertos fluviales como el de Mollendo y el de Atico. Sin embargo, ninguno de ellos tiene la importancia del puerto de Matarani.

Cuadro N° 6: Ubicación de los principales puertos de Arequipa

PUERTOS	CATEGORIA	UBICACIÓN LATITUD SUR	GEOGRAFICA LONGITUD OESTE	PROVINCIA	DISTRITO
MATARANI	Mayor	16°59'45"	72°06'18"	ISLAY	ISLAY
MOLLEDO	Mayor	17°02'14"	72°00'15"	ISLAY	MOLLEDO
ATICO	Menor	16°13'26"	73°41'57"	CARAVELI	ATICO
QUILCA	Caleta	16°42'42"	72°26'00"	CAMANA	QUILCA
CHALA	Caleta	15°51'13"	75°15'06"	CARAVELI	CHALA
LOMAS	Mayor	15°33'28"	74°51'00"	CARAVELI	LOMAS

Fuente: INEI

Vinculada con la presencia del puerto, cabe destacar la presencia de la Zona Especial de Desarrollo CETICOS MATARANI.

CETICOS Matarani

Es una zona especial destinada a generar polos de desarrollo a través de la implementación en dichas áreas de una Plataforma de Servicios de Comercio Internacional.

Cuenta con toda la infraestructura de servicios de Agua, Desagüe, Energía Eléctrica, Red de Telefonía, Red Informática, Parqueo, Pistas y Veredas. Existe vigilancia las 24 horas del día, mantenimiento, cabinas de teléfono, pesaje de carga, movilización de mercancías mediante montacargas, entre otros servicios propio de las actividades.

Como Zona Primaria Aduanera permite que las mercancías que ingresen a dichos Centros se encuentren exentas del pago de derechos arancelarios y demás tributos que gravan las mismas y puedan ser objeto de reexportación al exterior.

Esta zona es colindante con el Puerto de Matarani y a la vez punto de interconexión entre el Centro y Sur Oeste del Brasil y toda Bolivia con el Océano Pacífico.

Los beneficios que ofrece la zona son los siguientes:

- Para la Importación de Bienes a CETICOS. (Exoneración del Arancel Ad Valorem, Impuesto General a las Ventas, Impuesto al Patrimonio Municipal, Impuesto Selectivo al Consumo)

- Para el Desarrollo de las Actividades Económicas: Exoneración del Impuesto a la Renta
- Otros Impuestos: Arbitrios Municipales, Impuesto Extraordinario a los Activos Netos, cualquier otro Impuesto por crearse.

CETICOS MATARANI cuenta con oficinas de SUNAT-Aduanas en: (1) CETICOS MATARANI (en horario de oficina), (2) PUERTO DE MATARANI (24 horas al día, a 3km de CETICOS), y (3) la Ciudad de Mollendo (en horario de oficina, a 15 minutos de CETICOS)

Vía férrea

El Ferrocarril del Sur y Sur Oriente se extiende desde el puerto de Matarani hacia Arequipa, Juliaca, Puno, Cusco y Quillabamba, realizando servicios de carga y transporte de pasajeros. Actualmente, tiene como concesionario a la empresa Ferrocarril Transandino S.A.

La tarifa para el ferrocarril del sur se ajusta anualmente y en estos momentos, según el tarifario de Ferrocarril Transandino, se encuentra en US\$ 0.55 sin IGV por cada kilómetro recorrido por cada unidad de vagón, autowagón, coches de pasajeros, cargados o descargados, entre otros. El Ferrocarril Sur Oriente tiene las mismas atribuciones que el ferrocarril del Sur, pero su tarifa actual es de US\$ 3.60.

En conclusión, la ubicación estratégica de Arequipa le permite su articulación por aire, mar o tierra, según sea el caso, con los países vecinos de Bolivia, Brasil y Chile, así como con todos aquellos que pertenecen a la cuenca del Pacífico.

1.1.4. Características Geográficas y Recursos

La región tiene 8 provincias y 109 distritos que, en conjunto, representan 63,345.4 km² equivalentes al 4.9% del territorio nacional. Arequipa, Caylloma y Castilla son las provincias con mayor número de distritos.

Cuadro N° 7: Provincias y N° de distritos de Arequipa

PROVINCIA	N° DISTRITOS	SUPERFICIE (KM ²)
CARAVELI	13	13139
CAYLLOMA	20	11990
AREQUIPA	29	10430
CASTILLA	14	7638
CONDESUYOS	8	6958
LA UNION	11	4746
CAMANA	8	4558
ISLAY	6	3886
TOTAL	109	63345

Fuente: INEI

El territorio de la región de Arequipa está conformado por una zona de Costa y otra de Sierra.

La Costa ocupa el 39.7% (25 162.7 km²) del territorio y cuenta con más longitud costera que cualquier otra región del país (528km), lo cual resulta beneficioso gracias a la gran riqueza ictiológica y a la amplia variedad de especies marinas. La gran diversidad en el terreno costero, (cerros, quebradas secas, playas y dunas que se desplazan hasta 15 metros anuales) también la convierten en una fuente de atracción turística para la región.

La Sierra ocupa el 60.3% (38,182.7 km²) del territorio, tiene una temperatura promedio de 19C° y una humedad relativa de 15%. Esta región es atravesada por la cordillera de los Andes, dejando a su paso valles angostos y majestuosos cañones como los del Colca y Cotahuasi, ambos catalogados como los más profundos del mundo. En términos agrícolas, la geografía de Arequipa permite producir productos de excelente calidad y en periodos donde la producción no es regular en los demás países. Así SADA opina *“Además del clima propicio, Arequipa tiene ventaja en cuanto a la posición geográfica en Sudamérica, la cual favorece al comercio con Asia, pudiendo colocarse en él una variedad de productos agrícolas, como las frutas, no obstante no se tiene el puerto adecuado en Matarani, ni un aeropuerto adecuado para exportar”* en tanto las zonas que concentran mayor producción son: *“Las zonas de irrigación, como La Joya, Santa Rita, y Majes”*. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1.

El Clima

En la región se encuentran cinco de los ocho pisos ecológicos que tiene el país. Gracias a esto, cuenta con diversos climas que van desde cálidos y templados hasta fríos y glaciares, éstos últimos se presentan en las montañas. Esta variedad de climas se debe, básicamente, a que la altitud oscila entre los 12 y 3 635m.s.n.m.; siendo el distrito de Camaná el de menor altitud (12m.s.n.m.) y el distrito de Caylloma el de mayor altitud (3 635m.s.n.m.). A pesar de esta diversidad climática, la región presenta un clima relativamente homogéneo a lo largo de todo el año con una temperatura promedio que oscila entre los 24 y los 10C°.

Precisamente una de las fortalezas de la región consiste en sus variadas condiciones climatológicas y su diversidad de pisos ecológicos, los cuales posibilitan el desarrollo de distintas actividades como la minería, la pesca y la agricultura, entre otras.²

Tabla N° 1: Tipos de climas según provincias

Climas	Características Generales
Arequipa	Ubicada a los 2500 m.s.n.m, tiene clima templado en promedio, caluroso en el desierto (pampa de la Joya.), templado en la estepa(Vítor, Majes, Tambo y Ocoña) y frío boreal.
Camaná	Ubicada entre los 250 y 1500 m.s.n.m, tiene clima árido y semi calido. La temperatura fluctúa entre los 17 y 19°C, con pocas precipitaciones en el litoral y en las zonas altas.
Caravelí	Ubicada entre 100 y 1000 m.s.n.m, tiene clima seco todo el año y calido en verano. Por las mañanas y noches hace frío y es tibio a lo largo del día.
Castilla	Ubicada entre los 185 y 6615 m.s.n.m (nevado Coropuna) en el centro de la región, tiene un valle con un clima templado en invierno con temperamento de 15 a 30°C, con un cielo todo el año despejado y un sol brillante.
Caylloma	Tiene clima seco y moderado durante el año. De diciembre a marzo llueve y durante el invierno hace frío alcanzando los -10°C en la zona más alta.
Condesuyos	Ubicada entre 2500 y 3200msnm, tiene un clima que varía de semicalido con temperatura hasta 20°C en el día y frío durante la noche con temperatura de 12 a 4°C, salvo en la zonas más altas donde las temperaturas decaen los 0°C.
Islay	Ubicada en la zona costera, tiene un clima caracterizado por la radiación solar, vientos y humedad con dos tipos de clima, de estepa y de desierto.
La Unión	Ubicada entre los 900 y 6100 m.s.n.m, tiene una variedad de microclimas que van desde los 8° a los 28°C.

Fuente: INEI

Estos climas permiten producir uva, maíz morado, olivo, arroz, fréjol, alcachofa, ajo, cebolla, haba verde, tomate y páprika en la zona costera y de irrigaciones de las provincias de Castilla, Caravelí, Arequipa, Camaná e Islay; habas, yacón, arándanos,

² Câmara de Comercio e Indústria de Arequipa

quinua, maíz cabanita, tara, tuna cochinilla, aromáticas, kiwicha en la zona de sierra media de Caylloma, La Unión y Condesuyos; y, alpaca y maca en la sierra alta.

Suelos

La región tiene un suelo neutro debido a su geografía accidentada por la presencia de la Cordillera Occidental de los Andes, la cual determina la diversidad de sus climas y la diversidad de su suelo.

Esto explica que tenga una diversidad de zonas productivas que van desde las zonas costeras, de irrigaciones, valles interandinos, sierra media y sierra alta, lo cual favorece el desarrollo de la agricultura, la ganadería, la pesca y la minería.

El tipo de suelo varía en función de los pisos altitudinales. En la zona alta son arenociliosos, poco profundos y con subsuelo pedregoso; en la parte media son arcillolimosos profundos con subsuelo areno-pedregoso y en la parte baja son arenociliosos con capa freática entre 10 a 30 metros de la superficie. Si bien el suelo no es especialmente fértil como en otras zonas del país, este es y puede ser utilizado en la región como soporte o sostén del cultivo y los nutrientes se proveen hidropónicamente.

1.2. ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE AREQUIPA - PBI

La información existente sobre la evolución y la composición del Producto Bruto Interno (PBI) regional, permite conocer la estructura económica de la zona de estudio y las modificaciones que, la misma, ha registrado durante el periodo 2010-2014.

El PBI de la zona de estudio representa en promedio el 5% del total del país, porcentaje que se constituye en una constante a lo largo del presente quinquenio.

En termino de crecimiento tanto el acumulado como el promedio, el sector que resalta mas es el sector construcción (76.26%), crecimiento generado por las últimas inversiones inmobiliarias en la región, tanto en la construcción de centros comerciales como de planes de vivienda, los cuales dinamizaron el sector y a la región por su alto contenido de mano de obra. Así mismo, podemos notar el crecimiento que ha tenido durante el periodo en estudio, el sector Pesca, con un crecimiento promedio del

12.81%, y creemos que seguirá creciendo dado las condiciones a invertir en la región tal como podemos ver últimamente en las empresas ya instaladas en los litorales de la región. Recién en el noveno lugar se encuentra el sector agrícola con un crecimiento acumulado de 13.14%, crecimiento no muy alentador dadas las últimas condiciones de inversión en el sector. Esperemos que se pueda revertir dado el proyecto de Majes Siglas II en el corto plazo. Tal como podemos ver en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 8: Producto Bruto Interno por Actividades Económicas en Arequipa
Valores a Precios Constantes de 2007 - (Miles de Nuevos Soles)

ACTIVIDADES	2010	2011	2012	2013	2014	CRECIMIENTO ACUMULADO	CRECIMIENTO PROMEDIO
Agricultura, Caza y Silvicultura	1,382,923	1,426,374	1,556,213	1,495,720	1,564,610	13.14%	3.13%
Pesca y Acuicultura	43,399	114,601	119,470	50,969	70,296	61.98%	12.81%
Minerales y servicios conexos	5,788,919	5,839,273	5,661,063	5,541,910	4,831,494	-16.54%	-4.42%
Manufactura	3,427,322	3,574,853	3,505,912	3,470,241	3,600,719	5.06%	1.24%
Electricidad, Gas y Agua	219,992	245,819	266,691	273,221	219,849	-0.07%	-0.02%
Construcción	1,271,859	1,320,999	1,772,522	2,055,651	2,241,842	76.26%	15.22%
Comercio	2,097,894	2,247,009	2,470,493	2,582,344	2,756,563	31.40%	7.06%
Transporte	1,049,787	1,154,541	1,205,003	1,255,827	1,288,456	22.73%	5.25%
Alojamiento y Restaurantes	411,170	452,473	493,723	521,607	541,897	31.79%	7.15%
Telecomunicaciones y Otros Servicios de Información	540,884	596,643	670,166	729,699	777,142	43.68%	9.48%
Administración Pública y Defensa	632,157	649,571	698,055	743,630	780,210	23.42%	5.40%
Otros Servicios	3,385,073	3,530,356	3,793,131	3,970,205	4,210,695	24.39%	5.61%
TOTAL PBI	20,251,379	21,152,512	22,212,442	22,691,024	22,883,773	13.00%	3.10%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INEI – Sistema de Información Regional para la toma de decisiones.

Si analizamos el último quinquenio, podemos observar que el sector Minería y servicios conexos representan el 25.44%, siendo la actividad más importante dentro de la composición del PBI de la región Arequipa. En segundo término se encuentra la actividad “Otros Servicios” siempre ha sido de lejos la más importante (17.28%) probablemente porque allí están incluidos rubros muy diversos, que se ejercen a nivel de pequeña y aún micro empresa que dan ocupación a un gran sector de mano de obra no calificada. En tercer lugar se encuentra el sector industrial, el cual participa con el 16% del PBI siendo una de las actividades más importantes y que por definición genera el mayor valor agregado en todo sistema económico, al que denominaremos Sector Productivo Empresarial, incidiendo en ello la bondad manufacturera del departamento

de Arequipa, donde sobresalen las actividades orientadas hacia el mercado externo, como por ejemplo las exportaciones de los sectores textiles; le siguen en importancia el comercio (11.11%), el sector construcción (7.87%) y recién en sexto lugar aparecen las actividades de Agricultura, caza y silvicultura (6.80%). Tal como podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 9: Participación del Producto Bruto Interno por Actividades Económicas en Arequipa, periodo 2010-2014

ACTIVIDADES	2010	2011	2012	2013	2014	PARTICIPACIÓN PROMEDIO
Agricultura, Caza y Silvicultura	7%	7%	7%	7%	7%	6.80%
Pesca y Acuicultura	0%	1%	1%	0%	0%	0.37%
Minerales y servicios conexos	29%	28%	25%	24%	21%	25.44%
Manufactura	17%	17%	16%	15%	16%	16.13%
Electricidad, Gas y Agua	1%	1%	1%	1%	1%	1.12%
Construcción	6%	6%	8%	9%	10%	7.87%
Comercio	10%	11%	11%	11%	12%	11.11%
Transporte	5%	5%	5%	6%	6%	5.45%
Alojamiento y Restaurantes	2%	2%	2%	2%	2%	2.21%
Telecomunicaciones y Otros						
Servicios de Información	3%	3%	3%	3%	3%	3.02%
Administración Pública y						
Defensa	3%	3%	3%	3%	3%	3.20%
Otros Servicios	17%	17%	17%	17%	18%	17.28%
TOTAL PBI	100%	100%	100%	100%	100%	100.00%

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 8.

Este comportamiento del aparato productivo regional ha llevado a muchos analistas e investigadores a sugerir que el motor del desarrollo para Arequipa debe ser el Turismo y la prestación de servicios especializados de alta calidad en salud y educación de nivel superior, para que a partir de estos se fortalezca la investigación científica y tecnológica, se concreten en acciones de innovación y creación tecnológica en el campo productivo empresarial.

1.2.1. Sector Agricultura, caza y Silvicultura

Sector que comprende:

El sub-sector Agrícola: Se refiere al valor de los cultivos transitorios como el maíz, trigo, cebada, frijol, etc. y permanentes como palto, naranja, olivo y café, etc. cosechados y en crecimiento.

El sub-sector Pecuario: Comprende, el valor de la cría de animales como porcinos, vacunos, ovinos, caprinos, alpacas, llamas, y otros animales como aves de corral, cuyes, conejos, abejas y otros animales destinados a la producción de pieles, carne y derivados. Asimismo incluye el valor de la producción de leche, lana, pieles, huevos, miel, plumas.

En el sub-sector Silvicultura: Se mide como producción típica la explotación de la madera, la producción de castañas y también la producción de otros productos de silvicultura y caza.

1.2.2.1. Comportamiento del Sector

Este sector, tal como podemos observar en el siguiente cuadro, durante el periodo 2010-2014 ha mantenido un comportamiento positivo, siendo éste de 3.13%, y representando dentro del total de sectores de la Región un 6.80%, ocupando el sexto lugar.

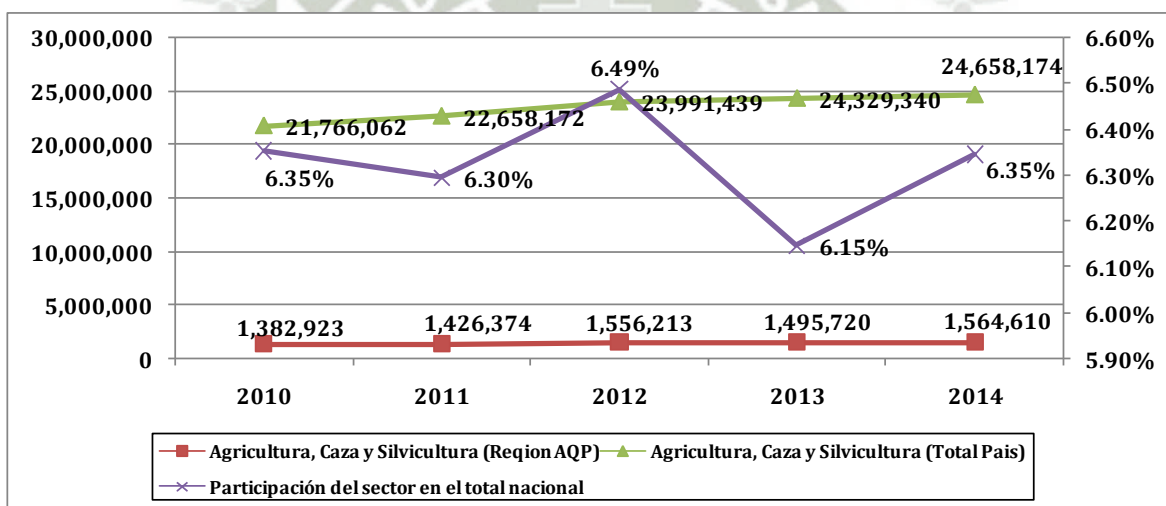
Cuadro N° 10: Comportamiento del Sector Agricultura, Caza y Silvicultura

ACTIVIDADES	2010	2011	2012	2013	2014	TASA PROMEDIO
Agricultura, Caza y Silvicultura (Región AQP)	1,382,923	1,426,374	1,556,213	1,495,720	1,564,610	3.13%
Agricultura, Caza y Silvicultura (Total País)	21,766,062	22,658,172	23,991,439	24,329,340	24,658,174	3.17%
Participación del sector en el total nacional	6.35%	6.30%	6.49%	6.15%	6.35%	6.33%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INEI – Sistema de Información Regional para la toma de decisiones.

A lo largo del quinquenio en análisis, también podemos observar su comportamiento dentro del país, y que en promedio representa el 6.33%. así mismo observamos un comportamiento similar al de la producción nacional, registrando tasas positivas de crecimiento en los mismos periodos de análisis. Este comportamiento se refleja mejor en el análisis de las exportaciones del sector en la región, tema que lo veremos más adelante, y de ahí podemos adelantarnos en mencionar que este sector dentro de la estructura productiva de la región está cobrando cada año una mayor importancia, de ahí el interés en poder realizar este análisis, para no desaprovechar las potencialidades que presenta la región. En el siguiente cuadro mostramos dicho comportamiento.

Gráfico N°1: Comparación del comportamiento del sector en la región y el país,
Periodo 2010-2014



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 10.

1.2.2.2 Indicadores productivos de los principales productos del sector

Con el objetivo de realizar un análisis minucioso del comportamiento del sector agrícola de la región durante el periodo en estudio se examinará el desarrollo de la producción agrícola en términos tanto monetarios como en volumen y determinando su contribución al crecimiento agro exportador de la región. Así tenemos:

a) Producción: En cuanto a los niveles de producción según la Gerencia Regional de Agricultura, podemos ver que lo que más se produce en la región es lo que menos vale en el mercado, como por ejemplo: alfalfa y el maíz chala; productos que sirven para la alimentación del ganado. En un segundo grupo se encuentran productos de primera necesidad como: cebolla, arroz y papa.

Seguidamente tenemos cultivos de limitada producción pero que sin embargo en promedio alcanzan mejores precios.

Así mismo observamos, en términos de dinamismo, resaltan los cultivos de la vid con una tasa promedio de 24.42%, zapallo con un crecimiento de 19.71% y la arveja grano grande en un 15.41%. Los que vieron disminuida su producción en el periodo de análisis fueron el ají paprika (-17.42%), frijol grano seco (-6.25%) y el trigo con apenas el 0.61%. tal como observamos en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 11: Producción de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Toneladas

PRODUCTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA ACUMULADA	TASA PROMEDIO
ALFALFA	2,828,864	2,775,819	3,233,722	3,044,306	3,044,386	3,124,346	10.45%	2.01%
MAIZ CHALA	467,197	508,222	582,946	562,428	575,231	572,347	22.51%	4.14%
CEBOLLA	333,166	357,877	416,751	423,540	438,323	439,147	31.81%	5.68%
ARROZ	245,950	257,559	259,574	266,039	266,099	271,321	10.32%	1.98%
PAPA	257,442	241,396	283,831	287,545	301,508	312,657	21.45%	3.96%
AJO	34,898	51,053	56,100	60,397	60,500	61,897	77.37%	12.14%
CAÑA DE AZUCAR	50,216	46,984	98,961	96,993	97,595	98,237	95.63%	14.36%
ZAPALLO	26,133	41,900	64,527	63,444	63,444	64,258	145.89%	19.71%
TOMATE	18,835	18,058	28,770	35,720	35,866	36,245	92.43%	13.99%
TRIGO	16,383	16,655	22,289	15,168	15,900	16,893	3.11%	0.61%
MAIZ CHOCLO	16,343	15,595	14,804	23,710	23,810	23,947	46.53%	7.94%
OLIVO	26,990	13,983	4,264	29,739	39,739	38,654	43.22%	7.45%
VID	8,275	10,640	17,870	22,997	23,197	24,674	198.18%	24.42%
FRIJOL GRANO SECO	12,068	10,189	9,641	8,271	9,171	8,741	-27.57%	-6.25%
AJI PAPIKA	9,024	9,371	8,111	1,778	2,878	3,465	-61.60%	-17.42%
ARVEJA GRANO GRANDE	4,342	5,628	6,269	8,349	8,789	8,890	104.74%	15.41%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Gerencia Regional de Agricultura-OIA

b) Área sembrada: Las áreas dedicadas a siembra de los principales cultivos de Arequipa muestran un comportamiento promedio menos favorable, generado por menos áreas dedicadas a la siembra de éstos principales productos, donde en algunos casos incide los bajos niveles de precios y la atomización de producir

productos sin coordinación alguna, así como también el dedicar el sembrío de productos con alta rentabilidad, principalmente aquellos que tienen un destino internacional como la vid, el tomate, etc. Así tenemos que los que más resaltaron en crecimiento fueron: la vid con un 14.67%, el tomate en un 11.31% y el maíz choclo con el 9.10%. Y los que dedicaron menos sembríos fueron el olivo (-64.42%), caña de azúcar (-32.62%) y el ají paprika (-27.65%). Según el cuadro siguiente, observamos dicho comportamiento.

Cuadro N° 12: Área Sembrada de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Hectáreas

PRODUCTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA ACUMULADA	TASA PROMEDIO
ALFALFA	4,903	7,561	7,027	5,496	6,478	5,563	13.46%	2.56%
MAIZ CHALA	9,735	10,411	10,039	9,812	10,120	10,268	5.48%	1.07%
CEBOLLA	8,740	8,825	9,285	8,929	9,164	9,321	6.65%	1.30%
ARROZ	19,791	20,014	19,839	20,070	20,085	20,378	2.97%	0.59%
PAPA	8,189	9,450	8,712	9,295	9,298	9,214	12.52%	2.39%
AJO	5,128	4,104	3,815	4,225	4,228	4,367	-14.84%	-3.16%
CAÑA DE AZUCAR	108	160	56	16	19	15	-86.11%	-32.62%
ZAPALLO	1,157	1,649	1,550	1,341	1,387	1,447	25.06%	4.57%
TOMATE	501	512	601	732	732	856	70.86%	11.31%
TRIGO	3,553	3,235	3,126	2,306	2,306	2,468	-30.54%	-7.03%
MAIZ CHOCLO	925	795	829	1,469	1,536	1,430	54.59%	9.10%
OLIVO	263	45	1	1	2	2	-99.43%	-64.42%
VID	59	101	77	97	105	117	98.31%	14.67%
FRIJOL GRANO SECO	5,954	4,773	5,338	4,776	4,785	4,764	-19.99%	-4.36%
AJI PAPRIKA	1,604	1,484	1,210	289	345	318	-80.17%	-27.65%
ARVEJA GRANO GRANDE	36	17	869	20	39	45	25.00%	4.56%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Gerencia Regional de Agricultura-OIA

c) Niveles de Rendimiento: Se entiende por niveles de rendimiento a la relación de producción de un cultivo cosechado por hectárea de área agrícola utilizada. Se mide en kilogramo por hectáreas. En la región Arequipa, los principales productos agrícolas en general muestran niveles de rendimiento aceptables, los cuales resaltan cultivos con un nivel de rendimiento promedio en el periodo de análisis como la caña de azúcar (108 tn/ha), la alfalfa (76 tn/ha) y el maíz chala (58 tn/ha). Pero en términos de dinamismo; productos como el olivo resaltan en su crecimiento de rendimiento en una tasa de 18.15%, la arveja grano grande en un 16.28% y la vid con un crecimiento promedio de 9.65% resaltan en la región. Dinamismo generado principalmente por el incremento de nuevas áreas

sembradas, las cuales son destinadas íntegramente al mercado exterior, como veremos más adelante. Así mismo, ello es generado por un mejor aprovechamiento del recurso hídrico, mejores semillas, nuevas formas de producción y la calidad de clima que tenemos en los diversos pisos altitudinales que posee la región. En el siguiente cuadro observamos dicho comportamiento.

Cuadro N° 13: Rendimiento de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en Kg/Ha

PRODUCTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	RENDIMIENTO PROMEDIO	TASA PROMEDIO
CAÑA DE AZUCAR	92,896	104,099	106,524	125,965	109,378	110,924	108,298	3.61%
ALFALFA	75,373	74,832	76,944	76,743	76,579	76,687	76,193	0.35%
MAIZ CHALA	57,374	59,090	57,884	57,496	58,641	57,467	57,992	0.03%
TOMATE	40,079	45,534	48,273	49,611	49,539	48,567	46,934	3.92%
CEBOLLA	45,148	47,061	44,773	47,498	47,920	48,063	46,744	1.26%
ZAPALLO	40,674	39,085	41,630	47,417	47,489	47,234	43,921	3.04%
PAPA	32,778	31,999	32,538	33,533	34,409	34,580	33,306	1.08%
VID	14,490	15,571	19,403	20,589	25,997	22,963	19,836	9.65%
MAIZ CHOCLO	17,839	16,962	17,815	17,641	17,698	17,728	17,614	-0.12%
AJO	12,966	14,533	14,407	14,224	14,212	14,631	14,162	2.45%
ARROZ	13,351	13,354	13,248	13,256	13,287	12,346	13,140	-1.55%
TRIGO	6,559	6,741	7,126	6,964	6,919	6,832	6,857	0.82%
OLIVO	3,768	6,793	1,128	8,224	8,562	8,674	6,192	18.15%
AJI PAPRIKA	5,689	5,819	6,703	6,153	6,158	6,232	6,126	1.84%
ARVEJA GRANO GRANDE	3,596	3,359	7,214	3,165	8,450	7,643	5,571	16.28%
FRIJOL GRANO SECO	1,761	1,822	1,804	1,738	1,739	1,851	1,786	1.01%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Gerencia Regional de Agricultura-OIA

d) Niveles de Precios: Los precios de los principales productos agrícolas presentan una situación contraria al nivel de producción, es decir se tiene productos con alta producción pero sus precios son muy bajos en chacra. Sin embargo cultivos con una limitada producción son los que alcanzan mejores precios en sus áreas agrícolas como por ejemplo: el frijol grano seco (S/. 4.80 por kilogramo), ají paprika (S/. 4.78 por kilogramo), vid (S/. 2.71 por kilogramo) y arveja grano grande (S/. 1.99 por kilogramo). Precios que resaltan en productos con destino al mercado internacional, de ahí que la agroexportación es una alternativa de generar mejores ingresos al agricultor de la región. De allí el especial entusiasmo que se tiene en el proyecto Majes Siguanay II, un proyecto que supone la ampliación de la frontera agrícola en la región, con miras a una producción moderna, generadora de riqueza. Según datos del MINAGRI, éste

proyecto pone en valor 38,500 hectáreas generando 100,000 puestos de trabajo directos, en la etapa operativa, y aproximadamente 200,000 puestos de trabajo indirectos.

En términos de significancia, en promedio los productos que más crecieron en cuanto a sus precios en el periodo de análisis son: ajo (17.71%), cebolla (8.76%), arveja grano grande (7.85%) y la vid (6.77%). En el siguiente cuadro vemos dicho comportamiento para la totalidad de cultivos.

Cuadro N° 14: Precios en chacra de los principales productos de la región Arequipa, periodo 2010-2014, en S/.Kg

PRODUCTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	PRECIO PROMEDIO	TASA PROMEDIO
ALFALFA	0.09	0.10	0.10	0.11	0.12	0.12	0.11	5.92%
MAIZ CHALA	0.12	0.13	0.13	0.17	0.14	0.16	0.14	5.92%
CEBOLLA	0.46	1.09	0.34	0.78	0.54	0.70	0.65	8.76%
ARROZ	1.19	1.13	0.94	1.13	1.17	1.19	1.13	0.00%
PAPA	0.70	0.65	0.87	0.70	0.85	0.94	0.78	6.07%
AJO	1.04	1.43	2.63	2.29	2.10	2.35	1.97	17.71%
CAÑA DE AZUCAR	0.26	0.32	0.33	0.18	0.25	0.33	0.28	4.88%
ZAPALLO	0.48	0.48	0.43	0.87	0.45	0.56	0.54	3.13%
TOMATE	0.76	0.80	0.63	0.77	0.78	0.80	0.76	1.03%
TRIGO	1.29	1.17	1.31	1.49	1.57	1.64	1.41	4.92%
MAIZ CHOCLO	0.86	0.90	0.95	0.88	0.85	0.91	0.89	1.14%
OLIVO	1.93	1.35	2.22	1.53	2.10	1.87	1.83	-0.63%
VID	2.14	2.56	2.71	3.02	2.85	2.97	2.71	6.77%
FRIJOL GRANO SECO	3.92	5.34	5.25	4.47	4.49	5.30	4.80	6.22%
AJI PAPRIKA	6.36	4.59	4.59	5.58	4.85	2.74	4.78	-15.50%
ARVEJA GRANO GRANDE	1.70	1.84	1.57	2.18	2.19	2.48	1.99	7.85%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Gerencia Regional de Agricultura-OIA

1.3. COMPORTAMIENTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN AREQUIPA

La actividad comercial externa de la Región Arequipa, se encuentra resumida en las ventas que realiza a todos los países del mundo y las compras que efectúa de estos últimos para el mercado regional, a las que denominamos exportaciones e importaciones respectivamente; dado el objeto del estudio, abarcaremos principalmente a las exportaciones.

1.3.1. Las Exportaciones de la Región

Para dar un tratamiento al comportamiento de las exportaciones, existen diversas clasificaciones, como por ejemplo: según nivel de valor agregado, por sectores económicos, por dimensión económica de las empresas, por mercado de destino, entre otros criterios, que a continuación detallamos:

1.3.1.1. Exportaciones por Sectores

Aquí corresponde analizar el comportamiento de la estructura del comercio exterior³ Arequipeño. La clasificación sectorial de las exportaciones guarda, en Arequipa, estrecha relación con los esquemas de agrupamiento de los rubros productivos presentados por las estadísticas oficiales de producción y comercialización. Tal como lo mencionamos en la parte del PBI.

El “Indicador de Estructura de Comercio” se utiliza para analizar la estructura de las exportaciones de una región o país⁴. El indicador de estructura de comercio puede utilizarse también, en niveles más desagregados, para indagar la contribución al comercio exterior de grupos de productos.

Cuando se examina la evolución del valor de este indicador con el transcurso del tiempo, se pueden estimar los cambios en la contribución de cada sector a las exportaciones. Es interesante destacar que, en la medida de que estos cambios sean sistemáticos, ellos permitirán determinar la naturaleza y grado de “especialización” de una región o país en sus actividades de exportación. Por ejemplo, si la contribución del

³ Se denomina “estructura” de las exportaciones a la información que describe las proporciones en que los diferentes sectores productivos y comerciales de la región o país participan en el esfuerzo exportador.

⁴ Este indicador, equivale a la razón entre el valor de las exportaciones de ese sector y el valor de las exportaciones totales de dicha región o país. Resulta claro, a partir de esta definición, que la sumatoria de los indicadores de Estructura de Comercio para un determinada región o país y para un mismo periodo de medición (o mismo año) iguala a la unidad y que este indicador expresa la contribución de cada sector exportador al valor total de las exportaciones de una región o país

grupo “confecciones de alpaca” crece notablemente en una década o menos, este dato revela la especialización de región o país exportador en este rubro.

El cálculo del indicador de estructura de Comercio puede efectuarse en relación al conjunto de las exportaciones del país, considerándose en este caso que el mercado de referencia es el mundo o bien en relación a bloques importadores específicos, por ejemplo la Unión Europea, el NAFTA, la ASEAN, etc. En este caso, es importante analizar la intensidad y naturaleza de las variaciones de la estructura de comercio según bloques importadores.

El proceso de apertura externa en un marco de políticas de desregulación del comercio exterior, iniciado la década pasada, consolidó un crecimiento sostenido de las exportaciones Arequipeñas.

En el cuadro siguiente, que presentamos a continuación se muestra el comportamiento del total de las ventas que realiza la Región Arequipa a todo el mundo. Como puede apreciarse, el crecimiento de las exportaciones a todos los países del planeta ha tenido un decremento acumulado de 14% para el periodo 2010-2014, lo que constituye un decremento anual de 4%.

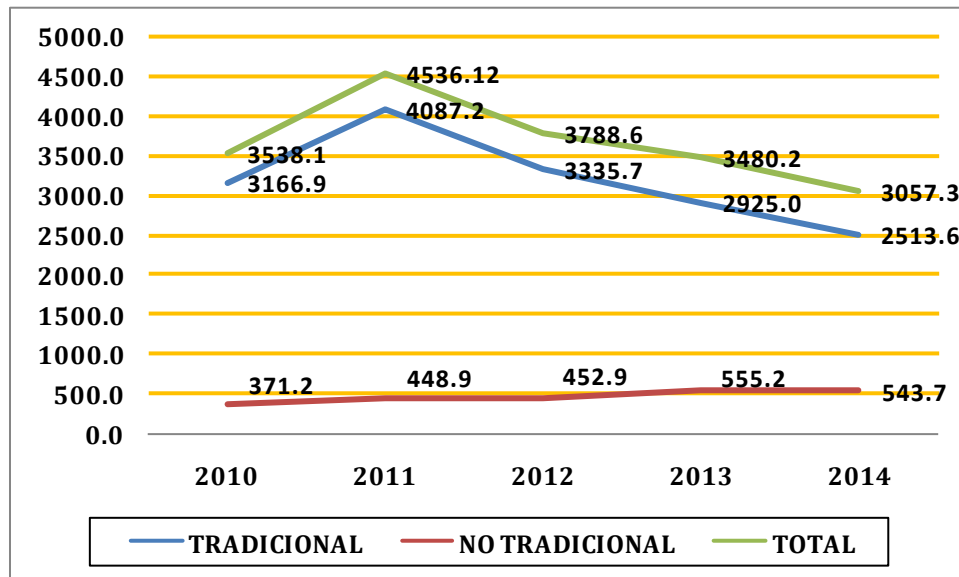
Cuadro N° 15: Exportaciones de Arequipa acumuladas por sectores, Periodo 2010-2014 (Millones de US\$FOB)

SECTOR	2010	2011	2012	2013	2014	TASA	TASA
	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	ACUMULADA	PROMEDIO
TRADICIONAL	3,166.9	4,087.2	3,335.7	2,925.0	2,513.6	-21%	-6%
AGRICOLA	2.3	2.9	3.1	3.1	5.0	117%	21%
MINERO	3,112.0	3,987.0	3,256.0	2,894.2	2,438.0	-22%	-6%
PESQUERO	52.6	97.2	76.4	27.7	70.0	33%	7%
PETROLEO Y DERIVADOS	0.0	0.1	0.2	0.0	0.6	500%	82%
NO TRADICIONAL	371.2	448.9	452.9	555.2	543.7	46%	10%
AGROPECUARIO	97.9	121.3	116.4	116.5	131.3	34%	8%
ARTESANIAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0%	0%
MADERAS Y PAPELES	1.3	1.4	0.8	0.5	1.1	-15%	-4%
METAL MECANICO	13.2	7.2	8.4	4.9	5.1	-61%	-21%
MINERIA NO METALICA	10.2	14.6	29.3	24.4	31.1	205%	32%
PESQUERO	4.7	7.1	7.7	9.1	10.6	126%	23%
PIELES Y CUEROS	5.7	6.8	6.1	3.4	4.1	-28%	-8%
QUIMICO	62.3	71.8	72.9	62.3	65.3	5%	1%
SIDERO METALURGICO	53.5	72.4	77.8	191.7	106.2	99%	19%
TEXTIL	112.3	134.1	124.1	139.1	184.7	64%	13%
VARIOS (INCLUYE JOYERIA)	10.1	12.2	9.4	3.3	4.2	-58%	-20%
TOTAL	3,538.1	4,536.1	3,788.6	3,480.2	3,057.3	-14%	-4%

Fuente: Elaboración propia en base a información de ADEX.

Seguidamente podemos observar de las exportaciones de Arequipa durante los últimos cinco años, confirmándose que el sostenimiento de las exportaciones es por el lado tradicional, el cual marca el comportamiento exportador de la región; así mismo, las exportaciones no tradicionales muestran una tendencia al alza.

Gráfico N° 2: Tendencia de las exportaciones de la región Arequipa, 2010-2014



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 15

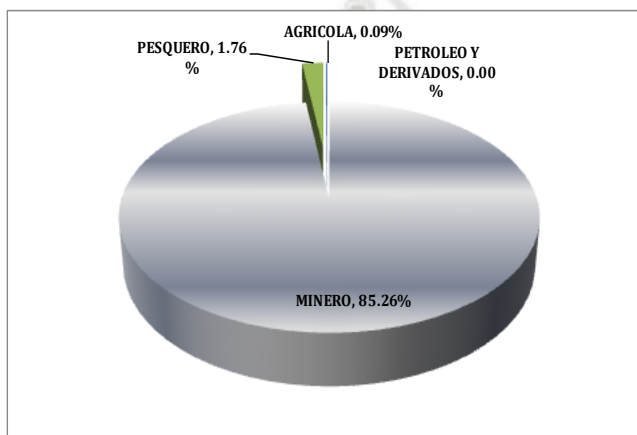
En el presente estudio abordaremos solo el comportamiento de los sectores no tradicionales, dado su gran aporte al desarrollo de la región, por su condición de valor agregado al producto final. Así, se puede apreciar el incremento significativo que ha tenido algunos sectores no tradicionales como por ejemplo la minería no metálica y el sector pesquero; el cual resalta principalmente las exportaciones de caballa congelada, ovas de pez volador y filetes de pota congelada en el último año de estudio. En ese sentido, a nivel de tasas de crecimiento, podemos observar durante el periodo en estudio, que el sector que más ha crecido en promedio en forma anual dentro del no tradicional, es la minería no metálica (32%), resaltando las exportaciones de ácido bórico, entre otros; pesquero en segundo lugar con un 23%; siderometalúrgico con un 19%; el sector textil (13%) y el sector agropecuario con una tasa promedio de 8%

ubicándose en el quinto puesto del total de los sectores del ámbito No Tradicional que la región Arequipa exporta.

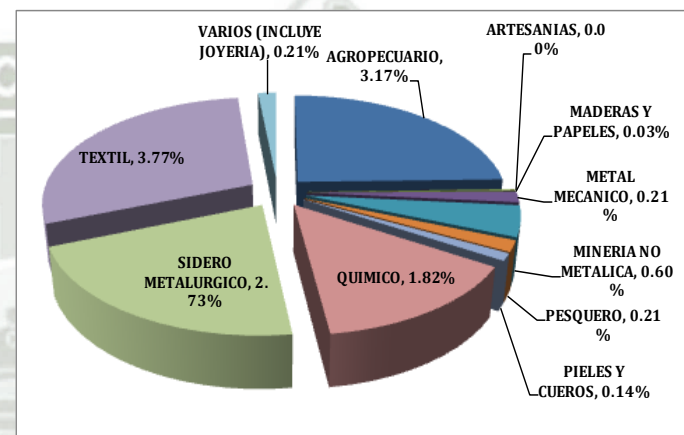
Como puede observarse, a manera de conclusión, los sectores que han tendido un comportamiento alentador durante el periodo en estudio son: Minería no Metálica, Pesquero, Siderometalúrgico. En menor medida resaltan el sector de Textiles y Agropecuario, en ese orden.

Gráfico N° 3: Participación de las exportaciones de Arequipa por Sectores (%)

Sector Tradicional, Periodo 2010-2014



Sector No Tradicional, Periodo 2010-2014



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 15

A continuación trataremos según el gráfico 3, cada uno de los sectores de exportación de manera más detallada tanto el tradicional como no tradicional, teniendo en cuenta principalmente los niveles de participación que han obtenido a lo largo del periodo 2010-2014, así tenemos:

- El Sector Minero, sector tradicional que ocupa el primer lugar y participa con el 85.26% del total de las exportaciones realizadas por la región a los otros países. El producto más representativo, es el cobre, plata, plomo, zinc, etc.
- El Sector Textil, ocupa el segundo lugar y participa con el 3.77% de las exportaciones regionales que tienen como destino al resto de países. En este sector se han exportado más de 200 productos, sin embargo resaltan: las prendas de vestir de

alpaca y algodón, los hilados de pelo de alpaca y algodón, así como tops y slivers de alpaca.

- El Sector Agropecuario, ocupa el tercer lugar y participa con el 3.17% del total de las exportaciones realizadas por la Región a los otros países. Los productos más representativos del sector son: las alcachofas, uvas, cebollas, nueces, algas, quinua, agua mineral etc.; sector que abordaremos en el siguiente capítulo, objeto de la presente investigación. Por su parte el Ing. Julver Vilca Espinoza, Jefe de Sanidad Vegetal de SENASA-Arequipa comenta *“A raíz de la erradicación de la mosca de la fruta, se han abierto mercados en el sub sector Frutas, por ejemplo, uva, granada, palta, que se exportan frescas. Se ha presentado un incremento considerable en la exportación de Frutas, tomando como dato referencial, que en un inicio las exportaciones de uvas sumaban 50 contenedores y al finalizar el año 2015 se lograron exportar 414 contenedores, los cuales son enviados a países asiáticos, europeos y Estados Unidos, cumpliendo con los requisitos o planes de trabajo estipulados por cada destino. Respecto a cítricos, recién se estarían abriendo nuevos mercados. Productos como quinua y kiwicha continúan siendo exportados, así como castañas, maíz, ají paprika, pimientos, aceituna, cebolla”*. Ver entrevista en Anexo N° 1.
- El Sector Sidero – Metalúrgico, ocupa el cuarto lugar y participa con el 2.73% de las exportaciones arequipeñas que tienen como destino los otros países y viene representado básicamente por las exportaciones de acero en sus diversas presentaciones hacia el mercado de Bolivia.
- El Sector Químico, ocupa el quinto lugar y participa con el 1.82% de las exportaciones de Arequipa que se orientan al resto del mundo. El principal producto del sector son los productos químicos inorgánicos, elementos radioactivos, tierras raras, isotopos y abonos.
- El Sector Harina y Aceite de Pescado, sector tradicional que ocupa el sexto lugar y participa con el 1.76% de las exportaciones regionales que tienen como destino al resto de países. En promedio, se exporta 2 productos como son la harina de pescado y su aceite.

- El Sector de Minería No Metálica, ocupa el séptimo lugar y solo participa del 0.60% de las exportaciones regionales hacia los otros países y viene representado básicamente por la exportación de cemento, abrasivos, diatomitas, cerámica y vasijas.
- El Sector Pesquero, ocupa el octavo lugar y participa con el 0.21% de las exportaciones de Arequipa que se orientan al resto del mundo. Los principales productos del sector son: filetes de pota, ovas de pez volador, caballa congelada, etc.
- El Sector Varios, que incluye los productos no considerados en otras clasificaciones como la joyería. Ocupa el noveno puesto y alcanza solamente el 0.21% del total de las exportaciones arequipeñas con destino a los otros países. Destacan en este rubro los lápices, gorros, juguetes rellenos de animales y los artículos de joyería en plata.
- El Sector Metal – Mecánico, ocupa el décimo lugar y solamente participa con 0.21% de las ventas de la Región a los otros países. Los principales productos son bolas de acero y máquinas para la preparación de materia textil, clavos y pernos, y artículos de adorno.
- El Sector Piel y Cueros, ocupa el onceavo puesto y participa con el 0.14%, en cueros, guantes, mochilas y otros artículos de cuero. Aquí también falta trabajar en el tema de la oferta exportable, ya que es bastante conocida la calidad del cuero repujado arequipeño.
- El Sector Resto Agrícola, sector tradicional que ocupa dentro del total de las exportaciones de la región el doceavo puesto y participa con el 0.09%. Los principales productos, son fibras lavadas, hilados sin cardar, cuero en bruto, etc.
- El Sector Maderas y Papeles, ocupa el treceavo puesto y tiene también una participación poco significativa, con solo el 0.03% del total exportado al resto del mundo. Los productos más representativos son el papel higiénico, y fibras de papel.
- El Sector Petróleo y derivados, ocupa el catorceavo puesto, en un nivel de participación de 0.0049%, con un producto como son los derivados del petróleo.
- El Sector Artesanía, también es un sector poco significativo para los años 2010-2014, ocupa el último puesto y representa el 0.0001%. Productos como figuras religiosas, pinturas y dibujos, productos tallados y sombreros. Este sector tiene

enormes posibilidades de desarrollo pero para ello es necesario trabajar en el tema de oferta exportable, para lograr volúmenes importantes.

- En conclusión en términos de participación, siguen liderando las exportaciones de la región los productos mineros, siderometalúrgicos, textiles y agropecuarios; por lo tanto sugerimos realizar una investigación más detallada de estos sectores para ver su composición de exportaciones y los pro y contras de las mismas, los cuales generaran que los sectores en mención trabajen en forma coordinada en cuanto a políticas que puedan mejorar sus niveles de rendimiento y/o posicionamiento en el mercado internacional. Tal como es el sector agropecuario, objeto de estudio de la presente investigación. Seguidamente realizaremos un análisis a nivel de mercado de destino, para determinar si existe una concentración o diversificación de las exportaciones de la región.

1.3.1.2. Exportaciones por Bloques Económicos

La orientación de las exportaciones de la Región Arequipa, con destino a los diversos bloques comerciales, se presenta en el siguiente cuadro.

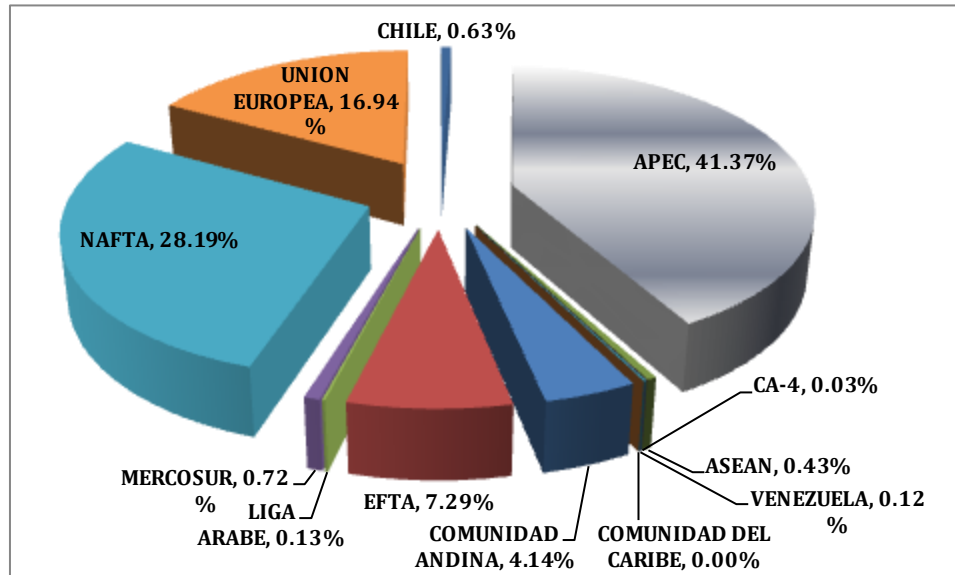
Cuadro N° 16: Exportaciones de Arequipa Acumulada por Bloques Económicos, en Millones de US\$ FOB (2010-2015)

SECTOR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA ACUMULADA	TASA PROMEDIO
	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB		
CHILE	26.82	19.40	11.19	12.16	27.54	39.05	45.59%	7.80%
APEC	1,538.65	1,845.98	1,630.86	1,332.67	1,157.71	1,478.40	-3.92%	-0.80%
ASEAN	3.75	36.23	12.25	19.72	12.36	9.52	153.61%	20.46%
CA-4	0.80	0.71	0.75	1.09	1.20	1.08	35.11%	6.20%
VENEZUELA	1.99	4.35	6.48	12.69	0.30	0.09	-95.42%	-46.02%
COMUNIDAD DEL CARIBE	0.00	0.01	0.03	0.05	0.01	0.00	-71.24%	-26.77%
COMUNIDAD ANDINA	101.44	136.57	163.25	162.89	167.61	168.18	65.80%	10.64%
EFTA	199.37	288.28	333.43	275.89	262.67	222.92	11.81%	2.26%
LIGA ARABE	1.24	0.83	2.26	14.91	5.22	4.72	280.20%	30.62%
MERCOSUR	9.14	9.96	17.58	39.69	41.42	38.43	320.45%	33.27%
NAFTA	823.42	1,160.19	879.16	1,317.37	1,049.28	893.02	8.45%	1.64%
UNION EUROPEA	831.46	1,033.53	731.42	530.05	351.76	201.47	-75.77%	-24.69%
TOTAL	3,538	4,536	3,789	3,719	3,077	3,057	-13.60%	-2.88%

Fuente: ADEX

Elaboración: Propia

Gráfico N° 4: Participación de las exportaciones de Arequipa a los Principales Bloques Económicos, 2010 -2015



Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 11

Analizando la información anterior de manera más detallada tenemos:

- APEC, en los últimos años (2010-2015) ha tenido un dinamismo tal, que representa el 41.37% de las exportaciones de la región, destacando la presencia de China y Japón. Resaltan los envíos de productos minerales como: cobre, oro, cátodos de cobre, plata, harina de pescado, molibdeno y pelo fino cardado o peinado de alpaca entre los principales. Las empresas más importantes en sus envíos a este bloque son: Sociedad Minero Cerro Verde S.A.A., HUBBAY PERU SAC, Compañía de Minas Buenaventura S.A.A, Compañía Minera ARES.A y Procesadora Sudamericana SRL,
- NAFTA, como puede apreciarse, es otro de los mercados de destino más importante de Arequipa, adonde se dirigen el 28.19% de nuestras exportaciones. Dentro de este bloque, el mercado más importante para las exportaciones arequipeñas lo constituye Canadá que representa aproximadamente el 19% del total de nuestras exportaciones, desplazando a Estados Unidos; le sigue en orden de importancia

Estados Unidos con el 9%, que en los últimos años ha mostrado una irregularidad en los envíos a dicho país; mientras que México representa apenas el 0.12% ubicándose en el puesto 25. En este bloque económico, resaltan los envíos de productos como: oro, plata, cátodos de cobre, minerales de molibdeno, alcachofas y uvas entre los principales. Las empresas más importantes en sus envíos a este bloque son: Compañía de Minas Buenaventura S.A.A, Procesadora Sudamericana SRL, Compañía Minera AREA S.A y Sociedad Minero Cerro Verde S.A.A.

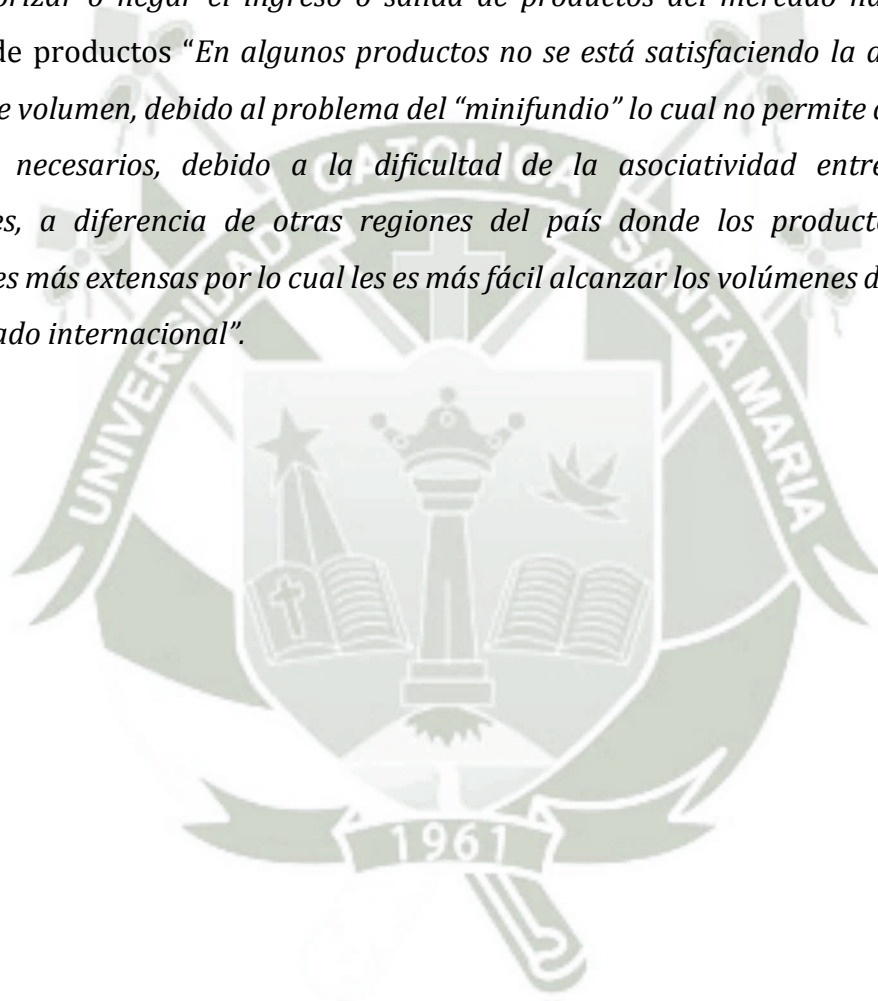
- UNION EUROPEA, constituye el tercer mercado más importante a nivel de asociación de países, después del NAFTA y representa el 16.94% del total de las exportaciones de la Región Arequipa. Los países que registran mayores volúmenes de importación arequipeña son: España con el 6.8%, Alemania con el 4% y Italia con el 1.59%. En los últimos años se destaca la presencia de Holanda. Destacan productos como: minerales de cobre, pelo fino cardado o peinado de alpaca, hilados de pelo fino, carmín de cochinilla y alcachofas. Las empresas más importantes en sus envíos a este bloque son: Sociedad Minero Cerro Verde S.A.A, HUDBAY PERU SAC, Michel y CIA SA, Inkatops S.A, TEXAO Lanás SAC y Aromas y Colorantes de los Andes SAC.
- EFTA, constituye el cuarto mercado en importancia para la región y representa el 7.29% del total de envíos. Los países que resaltan en este bloque son: Suiza con el 6.99%, Noruega con el 0.29% y Islandia con un 0.00030%. Resaltan productos como: oro, hilados, mantas, chales y abrigos. Las empresas más importantes en sus envíos a este bloque son: Minera Laytaruma S.A, Compañía Minera Caraveli SAC, Minera Confianza SAC y Michel y CIA SA.
- CAN, constituye el quinto mercado más importante y representa el 4.14% del total de las exportaciones arequipeñas. El destino más importante de este bloque es Bolivia donde se dirigen el 3.72% de las ventas al exterior del departamento y lo siguen en orden de importancia Colombia, Venezuela y Ecuador, que en conjunto

alcanzan solamente el 0.55%. Productos como: barras de hierro, cemento, urea, hidrogeno y cebollas representan un mayor porcentaje de envíos. Las empresas más importantes en sus envíos a este bloque son: Corporación Aceros Arequipa S.A, Yura S.A, Corporación Misti S.A y Productos de Acero Cassado S.A PRODAC S.A.

- MERCOSUR, constituye el sexto mercado de envío de las exportaciones de la región y representa el 0.72%. Destacan países como Brasil en un 0.68% y Argentina con un 0.02%. Productos como los minerales de cobre, ácido orto bórico, camisas, aceitunas y cemento representan un mayor porcentaje de envíos. Empresas como Sociedad Minero Cerro Verde S.A.A, INKABOR SAC, Franky y Ricky S.A, Inversiones Yauca SRL y Yura S.A son las más importantes.
- CHILE, con destino al país del sur se han derivado el 0.63% de las exportaciones de Arequipa. Y resaltan productos como: minerales de plata, cemento, cebollas, agua mineral y gaseada y jabones de tocador representan un mayor porcentaje de envíos. También destacan empresas como GlencorePeru SAC, Embotella dora San Miguel del Sur SAC, Yura SA, Corporación Aceros Arequipa S.A y INKABOR SAC.
- El RESTO, incluye bloques comerciales en orden de participación a ASEAN, Liga Árabe, Venezuela, CA-4, y Comunidad del Caribe que en conjunto solo representan el 0.71% de los envíos de la región.

En conclusión la oferta exportable arequipeña se destina en promedio a 114 países en todo el mundo destacando la presencia de China, Canadá y Japón, que en conjunto explican más del 55% de las exportaciones regionales. Así mismo podemos resaltar el desplazamiento de mercados como Estados Unidos, donde hoy en día ya no representa el principal mercado de exportación, también existe una mayor diversidad de mercados de las exportaciones regionales en la cual en años anteriores al del periodo de análisis, alcanzaba alrededor de 90 países. Instituciones como SENASA, permiten que la oferta exportable tenga un sustento, así comenta *“Las exportaciones se vienen desarrollando de forma creciente, gracias a erradicación de la mosca de la fruta. Para evitar que el auge de*

las exportaciones se vea afectado se viene trabajando con los agricultores en manejo integrado de plagas y alumnos en las escuelas”. Su función es “Senasa es el ente negociador, en el caso de que un producto desee ser exportado, empleando un análisis de riesgo de plaga, en el cual evalúa una producción muestra, y publica los resultados en la web de Senasa para que la información este a disposición de algún país que demande este producto. Para lograr la exportación se debe tener autorización de ambos países para lo cual Senasa negocia los aspectos fito y zoonosanitarios de la transacción. Por lo tanto Senasa puede autorizar o negar el ingreso o salida de productos del mercado nacional”. En términos de productos “En algunos productos no se está satisfaciendo la demanda en términos de volumen, debido al problema del “minifundio” lo cual no permite alcanzar los volúmenes necesarios, debido a la dificultad de la asociatividad entre pequeños productores, a diferencia de otras regiones del país donde los productores tienen propiedades más extensas por lo cual les es más fácil alcanzar los volúmenes demandados en el mercado internacional”.



CAPITULO II

COMPORTAMIENTO PRODUCTIVO E IMPACTO DEL SECTOR AGROEXPORTADOR

2.1 CARACTERIZACIÓN DE LA AGRICULTURA A NIVEL PAIS⁵

La participación de la agricultura en el PBI nacional ha variado en las últimas cinco décadas. En el año 1950 la agricultura representaba el 11.0% del PBI nacional, participación que se redujo hasta casi la mitad, 5.7%, en 2010 y a 5.3% del PBI nacional al cierre de 2014.

Sin embargo, éste sigue representando, en promedio, el 29.6% del empleo total del país. Es decir, uno de cada tres peruanos está generando ingresos o está siendo empleado en el Sector, aunque con niveles bajos de productividad.

No obstante, luego de casi 30 años con una balanza comercial deficitaria de productos agropecuarios, a partir de la última década se empezó a cerrar esta brecha por el fuerte incremento de las agro-exportaciones (que representa, al 2015, el 13.8% del total de las exportaciones del país). Esta expansión exportadora se ha concentrado en

⁵ Fuente: MINAGRI, <http://minagri.gob.pe/portal/inicio-pagraria>

productos como café (tradicional), espárragos frescos y en conservas, así como uvas, mangos, cacao, palta y la quinua (no tradicionales).

Esto, teniendo en cuenta que la evolución de la estructura agraria revela un ratio importante referido al nivel de fragmentación de la tierra (minifundio), con casi el 80% de unidades agropecuarias con menos de 5 hectáreas de superficie agropecuaria.

2.1.1 Situación actual y perspectivas del agro en el país

El sector agrario resalta en, considerando su ámbito de importancia:

- a. **Con respecto a las tierras de uso agrícola y de pastoreo:** A nivel nacional, de acuerdo al último estudio sobre degradación de suelos en el territorio nacional, realizado por el que fue el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), se identifica que el 99% de la superficie presenta problemas de erosión, con niveles que van desde leve hasta severo. Asimismo, menciona que, el 26.8% de la superficie presenta problemas de desertificación, y el 0.24% de hectáreas presenta problemas de salinización.

A nivel de regiones naturales, el 65.7% de la superficie que evidencia erosión severa se ubica en la sierra, el 30.6% está en la costa y el 3.7% en selva. En tanto que el 79.7% de la superficie afectada por desertificación se encuentra ubicado en la sierra y el 20.3% en la costa. Respecto a la superficie afectada por salinización, el 100% está en la costa.

El uso de los suelos sin considerar su vocación natural o potencial es uno de los factores más severos para el deterioro y degradación en diferentes grados de intensidad. A este problema se le suma los efectos del cambio climático. Asimismo, es importante indicar que dos de los factores asociados a la alimentación de la población a futuro deviene en la ampliación y/o mejora de la calidad de los suelos para uso agrícola, así como en mejoras en su productividad. También es importante relevar la agro-biodiversidad y la labor de las comunidades campesinas y nativas para el mantenimiento de los productos agrarios nativos existentes en las de zonas de agro-biodiversidad.

- b. **Con respecto a los recursos hídricos:** En relación a la oferta hídrica, el Perú tiene una dotación de agua que corresponde al 4.6% del agua superficial del planeta. Sin embargo, la distribución espacial o territorial de agua y el deficiente aprovechamiento se presentan como grandes retos para el país, en un contexto en que el crecimiento de la población es significativo, con una población total estimada de casi 31 millones en el 2014.

Uno de los problemas graves en relación al agua deviene en la deficiente calidad, originada por la falta de tratamiento de aguas residuales domésticas que son vertidas a fuentes naturales de agua y el uso de sustancias contaminantes en distintas actividades productivas, lo que genera una limitante para lograr el uso eficiente del recurso, comprometiendo el abastecimiento, tanto en calidad como en cantidad del agua.

De otro lado, cabe mencionar que, el área glaciaria total del país entre 1970 y 2014 se ha reducido en un 43%, lo que equivale a una pérdida anual de 1.26%, que podría intensificarse en un contexto de cambio climático. Siendo así, y usando esta tasa de pérdida promedio, se proyecta una pérdida del 49% de los glaciares al 2020.

Esta constituye una de las tendencias más preocupantes para la disponibilidad de agua en el país, en la medida que los glaciares juegan un rol importante en los ciclos hidrológicos de la vertiente occidental, donde se concentra la agricultura bajo riego.

Cabe decir que en este proceso se han venido formando lagunas glaciares en zonas alto-andinas, las cuales pueden incrementar temporalmente la disponibilidad de agua, pero en el mediano y largo plazo la tendencia será a una mayor escasez y volatilidad en la oferta de agua, tanto para riego como para otros usos, con impactos significativos en la agricultura y en otras actividades económicas y sociales, incrementando, también, el riesgo de deslizamientos y desastres naturales.

- c. **Con respecto a los recursos forestales y fauna silvestre:** En el Perú, la superficie forestal representa más de la mitad del territorio nacional, sin

embargo, la actividad forestal no contribuye en forma significativa a la economía del país, al alcanzar sólo el 1.1% (1,700 millones de dólares al 2010) del PBI nacional. Este porcentaje es mucho menor a lo registrado por países como Chile, Bolivia y Ecuador, con extensiones menores de bosques.

Asimismo, al 2014 se identifican 16.8 millones de hectáreas de bosques de producción permanente (BPP), que pueden ser destinadas a la producción forestal mediante concesiones. De esta extensión, la superficie de concesiones operativas bajo planes de manejo llega a 4,3 millones de hectáreas. Asimismo, las comunidades nativas poseen cerca de 13 millones de hectáreas de bosques bajo dominio, de las cuales una parte es aprovechada comercialmente en alianza con empresarios, y son la segunda fuente más importante de producción de maderas amazónicas, después de las concesiones.

Una tendencia preocupante en el territorio nacional es la creciente deforestación, especialmente la pérdida de bosque primario, por diversas actividades humanas, entre ellas la agricultura migratoria. Según los estimados más recientes, para el periodo 2009-2011 se registró un promedio de pérdida de bosque de 106,000 hectáreas anuales.

- d. Con respecto a la infraestructura de riego:** De acuerdo al último CENAGRO (2012), la superficie agrícola bajo riego ha mostrado un incremento permanente en los últimos 50 años, pasando de 1 016,3 miles de hectáreas en 1961, para alcanzar las 2 579,9 miles de hectáreas en el 2012, año que llegó a representar el 36,2% de la superficie agrícola total.

Sin embargo, la eficiencia del agua de riego apenas está en torno del 35%. Es decir, existe un alto desperdicio de agua, debido, entre varias razones, a su deficiente aplicación a los predios y el mal estado de conservación de las redes de conducción y distribución. Más aún, sólo el 12% de los cultivos se riegan bajo sistemas de riego, el resto utiliza el riego por gravedad.

Adicionalmente, se estima que el 85% de la longitud decanales (46 988 Km) se encuentran sin revestir, lo que ocasiona pérdidas en la distribución del agua del orden del 15% al 20%, e impide cumplir con la demanda de aguade cédula de

cultivo, conocer con certeza los caudales y volúmenes de agua que se distribuyen a los usuarios, generando conflictos por la insatisfacción por el servicio de agua para riego.

- e. **Con respecto a la innovación e investigación agraria:** La innovación es una de las debilidades que el país tiene para ser competitivo, tal como lo corrobora el Reporte Anual de Competitividad Global 2014-2015 del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés). En este contexto, se identifica un sector agrario poco tecnificado, lo cual se corrobora con una estimación de la evolución de la 'productividad total de los factores' (PTF), que, a pesar de haber sido positiva en la última década, está aún muy por debajo del desempeño del resto de países vecinos (con la excepción de Bolivia). Si bien la PTF de la agricultura peruana ha comenzado a aumentaren la década de los noventa, todavía está muy por debajo del crecimiento observado durante las últimas dos décadas en Chile e, incluso, Ecuador. Esto se profundiza a nivel de la pequeña agricultura donde se observan bajos rendimientos por hectárea obtenidos en los productos que son de importancia nacional en función de su participación en el Valor Bruto de la Producción Nacional. Teniendo en cuenta, además, que a pesar del esfuerzo aún no se logra consolidar la revalorización y recuperación de las tecnologías y conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas.

A manera de referencia se tienen los datos 2015 de la FAOSTAT, en que el Perú aparece con productos como café, plátano con rendimientos promedio por debajo del 50% del más alto rendimiento a nivel mundial, y en el caso de papa y maíz, por debajo del promedio mundial.

En relación a productos con niveles de rendimiento más altos, se tiene en el primer lugar la caña de azúcar, debido básicamente a la producción bajo riego, con producción los doce meses del año, así como el registro de rendimientos relativamente altos de arroz (puesto 8, aun 72% del rendimiento del número 1), y espárrago, donde su rendimiento del Perú ocupa el tercer lugar, pero está al 57% del rendimiento más alto.

En relación a lo anterior, a nivel país se observan diferentes factores en inciden en esta situación, tales como los niveles de inversión en I+D extremadamente bajos (incluso para los estándares de la región); la participación privada en I+D es prácticamente nula; no existe una vinculación entre las actividades de investigación y el sector productivo; entre otros.

En ese sentido, el incremento de la productividad es un factor importante para contribuir al desarrollo del sector, considerando las necesidades de alimentación de las poblaciones futuras por atender y la sostenibilidad de las unidades de producción agrarias en mercados cada vez más competitivos.

- f. **Con respecto al acceso a los servicios financieros:** En los últimos años, se observa una baja penetración de los servicios financieros en el sector agrario. A diciembre de 2014, las colocaciones del sistema financiero destinadas al sector llegaron al 5.23% del total. Esta baja participación del mercado crediticio no sólo muestra la dificultad de los agricultores para acceder a un financiamiento que permita el acceso a capital de trabajo y a mejoras tecnológicas que podrían incrementar la productividad y competitividad de sus cultivos, sino también la percepción que tienen las entidades financieras del mercado agrícola: de elevado riesgo, alta informalidad y baja rentabilidad. En este sentido, la tasa de 8% que registra el CENAGRO (2012), en relación al acceso de los agricultores al crédito formal, confirman la escasa penetración financiera en el sector.

Asimismo, el CENAGRO (2012) logra identificar varias de las razones para esta falta de financiamiento, siendo las principales la ausencia de garantías crediticias, la falta de derechos de propiedad y el incumplimiento de pagos anteriores. Si a esto se adicionan la escasa cultura financiera del productor agrario, los factores climáticos externos que generan riesgos adicionales al sector (relacionado también con la mayor probabilidad de incumplimiento de pagos), la falta de conexión con los mercados nacionales e internacionales y el bajo nivel de capitalización inicial de los productores, se configura un escenario que explica el bajo nivel del crédito agrícola.

- g. **Con respecto al proceso de titulación de tierras:** De acuerdo al CENAGRO (2012), existen 34,894,300 Ha (90% del total de la superficie agropecuaria) cuya modalidad en el régimen de tenencia es del tipo propietario, 1,555,134 Ha (4%) corresponden a comuneros, 1,099,861 Ha (3%) a poseionarios, 594,958 Ha (1%) a arrendatarios y 598,212 Ha (1.5%) se encuentran en otras condiciones. Sin embargo, a pesar que hay una reducción de 9% en el número de hectáreas sin titulación entre 1994 y el 2012, aún existen 8.5 millones de hectáreas en esta condición, con fuertes variaciones por dominios. Así, en la costa, las tierras no tituladas llegan al 26% de un total de 9,4 millones de hectáreas que tienen propiedad, en la selva a un 16% de un total de 8.6 millones de hectáreas y en la sierra a un 48% de un total de 16.8 millones de hectáreas que tienen propiedad. En este contexto, se identifica que en el sector se presenta aún un problema de informalidad de la propiedad rural, lo que genera bajos incentivos por parte de los productores para invertir en mejoras del activo (tierra) que podría perder en el futuro, así como, el menor acceso al crédito por no contar con derechos de propiedad seguros, lo cual impacta en términos de la productividad de las unidades agropecuarias.
- h. **Con respecto a la asistencia técnica y capacitación:** Según el CENAGRO (2012) únicamente el 8% de los productores agropecuarios ha recibido algún tipo de asistencia técnica y sólo el 5% ha recibido algún tipo de capacitación, de estos sólo el 20% fueron mujeres. En línea con lo anterior, en cuanto a la capacitación sobre el manejo empresarial, menos del 1% de productores ha recibido algún tipo de asesoría empresarial para el desarrollo de su unidad agropecuaria. Cabe señalar que el total de productores que ha recibido alguna capacitación, asesoría o asistencia asciende a 284 mil, de los cuales el 58% recibió capacitación en temas de cultivos y el 26% en temas ganaderos.
- i. **Con respecto al desarrollo de mercados y cadenas de valor:** En cuanto al acceso a mercados, el desempeño comercial del sector agrícola en el exterior evidencia un incremento y diversificación importante de las exportaciones de

productos durante la última década, en productos como: café, cacao, espárragos frescos y en conservas, así como banano, uvas, mangos, paltas, cítricos, y, recientemente, la quinua, entre otros. Tal es así que, sólo entre el 2010 y 2014, las agro-exportaciones (tradicionales y no tradicionales) se incrementaron en un 56%. A pesar de ello, esta expansión no se ha replicado en las exportaciones de otros productos como los forestales, en los que el país no se ha desarrollado hacia el exterior en la misma medida, pese a la importante expansión de la demanda mundial por este tipo de productos, lo cual da señales de una menor capacidad de respuesta para atender los requerimientos internacionales de este tipo de productos.

Igualmente, es importante destacar que el Perú ha venido participando en diversos procesos de negociaciones comerciales internacionales, como parte del desarrollo su política comercial, con el objeto de profundizar y consolidar el acceso de bienes, servicios e inversiones en los mercados internacionales. De ahí que, se hayan suscrito 19 acuerdos comerciales con 57 de las economías más importantes del planeta, 17 de los cuales con 52 economías se encuentran vigentes, tales como Estados Unidos, Chile, Japón, la Unión Europea, entre otros. En este contexto, cabe mencionar que, un segmento importante de la agricultura peruana son pequeños agricultores, con extensiones menores de 5 hectáreas, lo que equivale aproximadamente al 80% de los productores del país.

Del mismo modo, el bajo nivel de organización de los productores queda evidenciado en los resultados del CENAGRO (2012), en el cual de los 2 260 973 productores, el 99% tienen la condición jurídica de persona natural; y de este grupo, el 77% no pertenece a ningún tipo de asociación, lo cual da cuenta del nivel de atomización y por ende, el bajo potencial de negociación de su oferta.

Asimismo, es preciso tomar en consideración que, los precios internacionales de alimentos relativamente altos(en términos históricos) se mantendrán en los próximos años, ya que reflejan condiciones estructurales decreciente demanda por: i) alimentos de mayor contenido proteico en China e India; ii) el fuerte incremento en las áreas de cultivos dedicadas a biocombustibles en Estados

Unidos (se estima que un 40% del área de maíz en USA se destina a biocombustibles); y, iii) la ocurrencia de mayores variaciones climáticas en ciertas regiones productoras de alimentos, en parte a raíz del cambio climático a nivel mundial.

- j. **Con respecto a la institucionalidad agraria:** Otro aspecto relevante para la gestión agraria de viene en la actual situación de la institucionalidad en el sector agricultura y riego, en el cual el MINAGRI es el ente rector, en lo que corresponde al diseño e implementación de la política agraria, contándose con la participación tanto de actores públicos (sector público agrario: MINAGRI, Gobiernos Regionales y Locales) como privados. Así, se evidencia una limitada coordinación y articulación intersectorial e intrasectorial, lo que dificulta construir e implementar un modelo de desarrollo sectorial integrado, que priorice intervenciones que respondan a las particularidades y potencialidades de los territorios.

Existen otros problemas como las deficiencias de capacidades de gestión de las instituciones, inadecuada gestión de recursos humanos, limitados sistemas de gestión de información, entre otros.

Adicional a lo mencionado, a nivel del sector se identifican otros aspectos de especial relevancia vinculados a la gestión agraria, como:

- **Vulnerabilidad y cambio climático:** La vulnerabilidad del Perú, entendida como la susceptibilidad de una comunidad al impacto de un peligro, determinado por factores o procesos físicos, sociales, económicos y ambientales, se ha evidenciado en los últimos años, en el impacto económico y social de las poblaciones rurales dedicadas a la actividad agrícola.

La producción agropecuaria en el Perú está expuesta a múltiples peligros de origen climático, siendo los más recurrentes las heladas, sequías e inundaciones. Eventos como la ocurrencia del Fenómeno del Niño en los años de 1983 y 1998, y del Fenómeno de la Niña ocurrido en los años de 1975 y 1988, han ocasionado grandes pérdidas económicas en el sector

agropecuario, principalmente en las regiones de la zona norte y sur del país.

Asimismo, las regiones agrícolas y pecuarias más riesgosas frente a eventos climáticos son: Cajamarca, Huánuco, Pasco, Piura, Puno, Huancavelica y Tumbes. El cambio climático y su relación con el incremento de la intensidad y frecuencia de eventos climáticos extremos, puede conllevar a impactos significativos en el aparato productivo agropecuario del país.

- **Cambio en los patrones de producción:** En el país se identifican actividades productivas a nivel del sector que ocasionan impactos económicos, sociales y ambientales desfavorables, lo que genera la necesidad de incentivar cambios o la sustitución en los cultivos o productos. La producción de hoja de coca en zonas como el VRAEM con fines ilícitos o la instalación de cultivos intensivos en el uso del agua como el arroz en zonas no aptas, entre otros, conllevan a implementar programas de reconversión o de diversificación productiva, que permita al agricultor mejorar sus condiciones de producción y de articulación al mercado, lo que puede implicar cambios de orden técnico, tecnológico o de adopción de una herramienta de gestión.

2.2 CARACTERIZACION DE LA AGRICULTURA EN LA REGIÓN AREQUIPA

El sector agrícola sigue siendo uno de los principales componentes de la economía de la región Arequipa, con una gran capacidad de generación de empleo y extensos eslabonamientos con el resto de la economía, ya que más de las dos terceras partes de su producción es procesada por la industria local. El desarrollo de cultivos de agro exportación, así como de la agroindustria correspondiente, ofrecen a Arequipa la oportunidad de generar más de 20,000 empleos permanentes nuevos, así como de incrementar el PBI Agrícola en 50% en el próximo lustro. Es estratégico promover la migración de cultivos tradicionales hacia la exportación, por la mayor cantidad de

empleo y riqueza que generan estos últimos, máxime si consideramos que utilizan, en promedio, la tercera parte de agua que los cultivos tradicionales.

La Región Arequipa tiene en su sector agrario a una de sus más importantes posibilidades de desarrollo económico y social. A pesar de la aridez de su clima y en general, difícil fisiografía, su agricultura tiene aún un enorme potencial por ser explotado, en la medida que pueda alcanzar mercados más amplios y rentables.

Con un área agrícola de apenas 148,032.66 Has⁶ (8% de su territorio) y alrededor de 58,202 agricultores, la agricultura de Arequipa se caracteriza por el consiguiente minifundio (2.54 Has por propietario) y la alta productividad de sus tierras, dotadas de excelentes condiciones agroclimáticas.

La agroexportación sólo compromete alrededor de un 10% del área de cultivo regional. Esta no ha alcanzado los niveles de desarrollo observados en la costa central y norte del Perú, donde se ha convertido en uno de sus principales motores de desarrollo económico. La importancia de impulsar a los cultivos de exportación radica en su superior capacidad de generación de empleo, y en que descongestionan la ya saturada oferta de productos para el mercado nacional, al ocupar recursos que de otra forma se destinarían a la producción para el consumo interno. Los cultivos de exportación generan entre 5 y 9 empleos permanentes por hectárea, mientras que los principales cultivos orientados al mercado nacional proporcionan, en promedio, sólo alrededor de medio empleo permanente por hectárea. Por otro lado, la rentabilidad de los cultivos orientados al mercado nacional (leche, arroz, cebolla, papa) ha disminuido ostensiblemente en las últimas dos décadas, producto del estancamiento tecnológico y las limitaciones que el minifundio impone a su competitividad.

⁶ Fuente: Gerencia Regional de Agricultura de AQP. <http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/p-agraria/presentacion-arequipa.pdf>

La Región Arequipa ofrece óptimas condiciones para la producción de variados productos exportables. Contamos con ventajas comparativas para una serie de frutas y hortalizas, frescas y procesadas. En el caso de los productos frescos tenemos la ventaja geográfica de estar en contra estación con el hemisferio norte, y en los productos procesados, contamos con nuestras altas productividades y amplia disponibilidad de mano de obra.

Entre los productos frescos con mayor potencial de exportación se encuentran las uvas de mesa, paltas, arveja china y arándanos, además de los ya tradicionales ajo y cebolla, todos los cuales pueden ser exportados refrigerados, por vía marítima. Ante la dificultad de exportar en estado fresco una serie de frutas, flores y hortalizas, debido a la ausencia de servicio aéreo directo, queda, como una alternativa muy importante, desarrollar la agroindustria de la conservería. De ésta forma podría ampliarse el abanico de posibilidades para los agricultores locales a cultivos como los pimientos, alcachofa, espárrago, papaya arequipeña, entre otros.

Otras líneas por desarrollar incluyen los ajos procesados, cereales andinos, cultivos orgánicos, flores, hierbas aromáticas y medicinales, hortalizas deshidratadas, colorantes naturales, aceites esenciales, y especias, entre las principales alternativas. Tal como lo detallaremos más adelante.

El desarrollo de la agroindustria y la agro exportación van de la mano, y constituyen componentes importantes para el desarrollo regional. Ambos requieren de inversión, y del desarrollo y transmisión de tecnologías, agrícolas e industriales. En el caso de los cultivos nuevos, antes de promover su difusión se tiene que desarrollar los paquetes tecnológicos más adecuados para las condiciones locales.

2.2.1 Situación actual y perspectivas del agro en la región Arequipa

El sector agrario resalta en Arequipa en, considerando su ámbito de importancia:

- a. **Ausencia de Planificación de Cultivos:** Se aprecia un gran desorden e incertidumbre respecto a qué y cuándo sembrar, se presentan riesgos en la etapa de la comercialización. En algunos períodos se genera sobre producción y en otra escasez. Esto influye en los precios y determina pérdida para los productores, lo que les imposibilita cumplir con sus obligaciones económicas contraídas durante el proceso de producción.
- b. **Inadecuada e Insuficiente organización de productores:** Actualmente los productores no se encuentran adecuadamente organizados y las pocas organizaciones que existen son mayormente de carácter gremial, débiles en cuanto a su organización y gestión, y no tienen un enfoque gerencial. Por otra parte las acciones que vienen desarrollando las instituciones del Sector Agrario para la organización de cadenas productivas es insuficiente.
- c. **Insuficiente Capacitación de los Agricultores:** La mayor parte de los agricultores tienen un nivel educativo relativamente bajo, más aún no se encuentran capacitados en gestión empresarial, nuevas tecnologías, manejo de nuevos equipos y técnicas de explotación, lo cual los pone en desventaja frente la competencia y dinamismo del mercado, limitando su participación en los mercados (principalmente internacionales) que cada vez son más competitivos.
- d. **Deficiente Sistema de Comercialización:** Los productores agrarios generalmente negocian en forma individual, situación que es aprovechada por intermediarios que dominan el mercado, hecho que es agravado por la competencia desleal y por la carencia de un mercado mayorista.
- e. **Deficiente Infraestructura:** Casi todos los valles de la región sufren el embate estacional de los ríos por la debilidad de las defensas ribereñas y el estado precario de la infraestructura de riego; estas obras se construyeron sin las previsiones del caso, por lo que duran poco y se encuentran deterioradas. La Las

vías secundarias de transporte se encuentran en mal estado por carecer de mantenimiento.

- f. Dificultades de Financiamiento:** Los productores de la región tienen serias dificultades para acceder al crédito. En este momento las únicas alternativas son los préstamos comerciales a plazos rígidos, condiciones inestables, altas tasas y exageradas garantías. Lo anterior se agrava por la incertidumbre de la rentabilidad de los cultivos y crianzas debido a la fuerte fluctuación de los precios.
- g. Escasez de Recursos Hídricos:** Si bien es cierto que la región cuenta con represas y reservorios, hay épocas del año en el que el recurso hídrico se torna insuficiente debido a malas condiciones de los canales de conducción y mal manejo del riego producto del desconocimiento de técnicas adecuadas de riego por parte de los agricultores.
- h. Ausencia de Incorporación de Nuevas Tecnologías y Cultivos Alternativos:** Tanto en la región como a nivel nacional en los últimos años se carece de programas de investigación y extensión agrícola. Existe un abandono de las acciones de capacitación y asistencia técnica para los productores, lo cual ha generado una mínima incorporación de tecnologías modernas. Asimismo, se continúa con los cultivos tradicionales y se han incorporado muy pocos cultivos alternativos.

2.3 COMPORTAMIENTO E IMPACTO DEL SECTOR

2.3.1 Evaluación del sector agroexportador mundial

Hoy en día, la globalización económica se manifiesta principalmente en un mayor dinamismo de las exportaciones e importaciones mundiales, así como también en la velocidad de nuevas tecnologías. Los acuerdos comerciales (TLCs) forman parte de este crecimiento comercial, y a través de estos mecanismos los países buscan aliados para lograr incrementar su comercio a costos preferenciales.

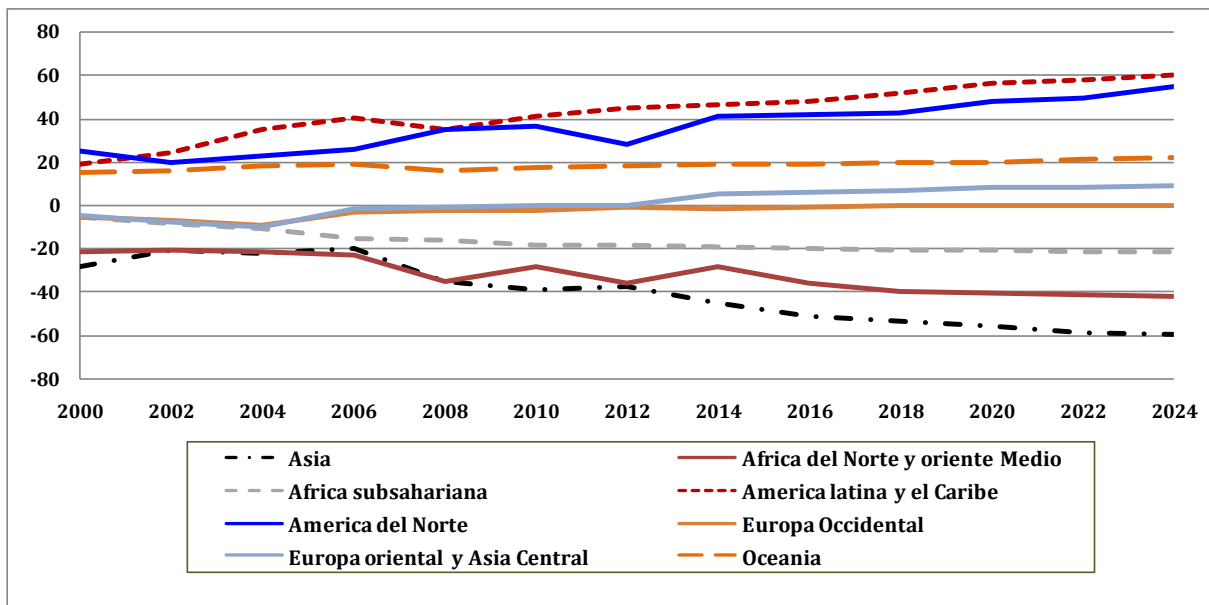
Según la FAO, las transacciones mundiales de productos alimenticios continúa aumentando rápidamente, pero la estructura y las pautas del intercambio comercial difieren considerablemente según el tipo de producto y la región a considerar. Ello se puede explicar por los indicadores fundamentales de producción y la demanda, con inclusión del comercio y las políticas coyunturales que se deriven de ello, esto permite configurar estas pautas de diferentes formas, con implicaciones potencialmente importantes para la seguridad de los alimentos en un futuro no muy lejano.

Así observamos en las estadísticas de la FAO, que el valor del comercio mundial de cultivos agrícolas y alimentarios casi se ha triplicado en la última década y se prevé que las tasas de crecimiento sigan incrementándose; en algunas regiones el comercio será equitativo tanto por el lado de las exportaciones como de las importaciones.

La estructura del intercambio comercial difiere sustancialmente según sea el producto a comerciar como la región que la produce y este seguirá evolucionando conforme surjan nuevas tendencias de consumo.

El incremento de los ingresos, la población y la urbanización en los países en desarrollo está contribuyendo a la generación de cambios en el estilo de vida y las dietas que afectan a las pautas de los flujos comerciales entre los países, así como a la composición de los intercambios de comercio. La evolución de la estructura del comercio mundial se ve afectada por el surgimiento de cadenas de valor mundiales, el aumento del comercio intraempresarial y la proliferación de relaciones comerciales bilaterales y regionales con la firma de acuerdos comerciales. Según previsiones de la FAO, América Latina seguirá liderando el comercio de productos agrícolas y dejando de lado a las exportaciones de América del Norte, alcanzará al 2024 los 60 mil millones de dólares, monto que triplica al del año 2000. De ahí podemos deducir que América Latina seguirá proveyendo de productos agrícolas a regiones como Asia y África principalmente. Dicho comportamiento podemos observar en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 5: Evolución del comercio de productos agrícolas en el mundo, Periodo 2000-2024, Miles de Millones de US\$



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la FAO (El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2015-2016)

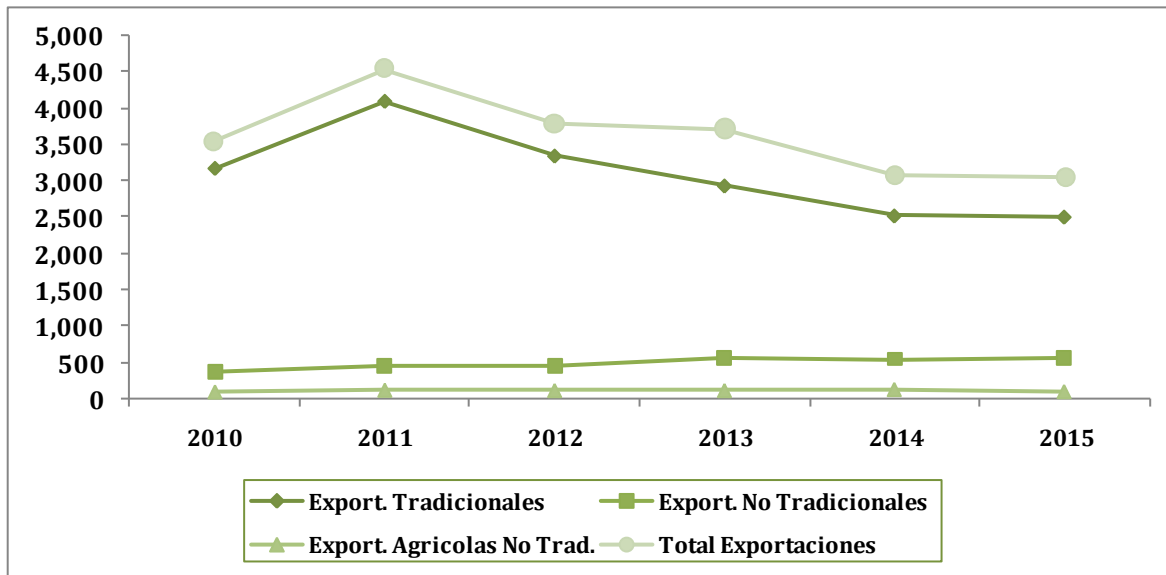
2.3.2 Evaluación del sector agroexportador nacional

A lo largo de la historia peruana, según investigaciones, podemos mencionar que la agro exportación casi siempre ha estado presente en la economía peruana; si bien es cierto primero se dio importancia la comercialización de los metales, sin embargo ya en esos años (siglo XVIII), se exportaban productos como la chancaca, luego el café, la azúcar, el algodón, etc. Hoy en día podemos decir que el Perú es un país eminentemente agrícola a pesar del dominio de los productos mineros (productos tradicionales), el sector agrícola está alcanzando picos de exportación por encima del promedio, ello se deriva por la ampliación de la frontera agrícola en la región costa del país, nuevas irrigaciones que se fomentaron principalmente en la zona norte y que están por fomentarse en el sur con el proyecto Majes Siguan II.

Si observamos el siguiente gráfico, vemos el dinamismo que muestra el sector agro exportador, donde desde el 2010 al 2015 muestra en promedio tasas de crecimiento

favorables, y que de alguna forma contribuyeron a que las exportaciones no tradicionales sobresalgan respecto a las tradicionales (en términos de generación de valor).

Gráfico N° 6: Evolución de las exportaciones por sector, Periodo 2010-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX

El sector agroexportador muestra una significativa diversificación de sus productos y de los mercados de destino. Tal como lo veremos más adelante, éste dinamismo del sector ocurre en un contexto mundial en el cual existe una creciente preferencia hacia el consumo de productos orgánicos y/o naturales y exóticos, y en un contexto local en el que se acrecientan los acuerdos comerciales con países del primer mundo, principales demandantes de estos productos. Productores e inversionistas agrícolas locales se han involucrado en un proceso de reingeniería para incorporar nuevos productos al portafolio de cultivos agroexportadores, desde la etapa productiva hasta su exportación, como se verá en la rápida revisión presentada en los siguientes puntos.

2.3.3 Evaluación del sector agroexportador regional

En el contexto regional, en el siguiente cuadro, se presenta la evolución del sector durante el periodo 2010-2015, donde se puede observar su gran dinamismo de crecimiento, con una tasa de crecimiento promedio anual del 0.90% y ocupando a nivel de participación de todos los sectores de exportación el tercer lugar (3.17%), tal como lo detallamos anteriormente. En cuanto al no tradicional se encuentra en el segundo lugar de participación en un nivel de 24.6% después del sector textil (29.3%).

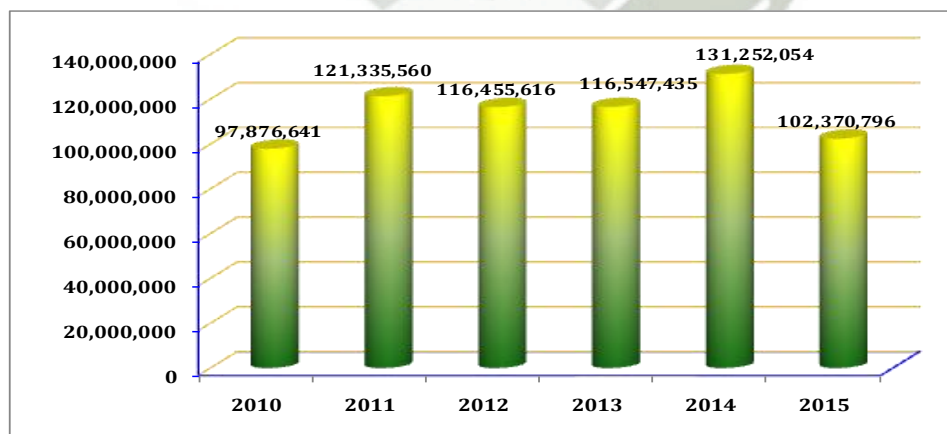
Cuadro N° 17: Evolución de las Agroexportaciones de la región Arequipa, 2010-2015

SECTOR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA ACUMULADA	TASA PROMEDIO
	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB	USD FOB		
AGROPECUARIO	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	102,370,796	4.59%	0.90%

Fuente. Elaboración propia

En el siguiente gráfico, podemos ver como fue el comportamiento anual del sector. Dicho comportamiento ha mantenido un crecimiento dinámico a excepción del último año, donde disminuyeron los envíos de productos como la Paprika, la quinua, las paltas y la harina de trigo como productos principales, en una tasa de -22%.

Gráfico N° 7: Evolución de las Agro exportaciones de la Región, 2010-2015

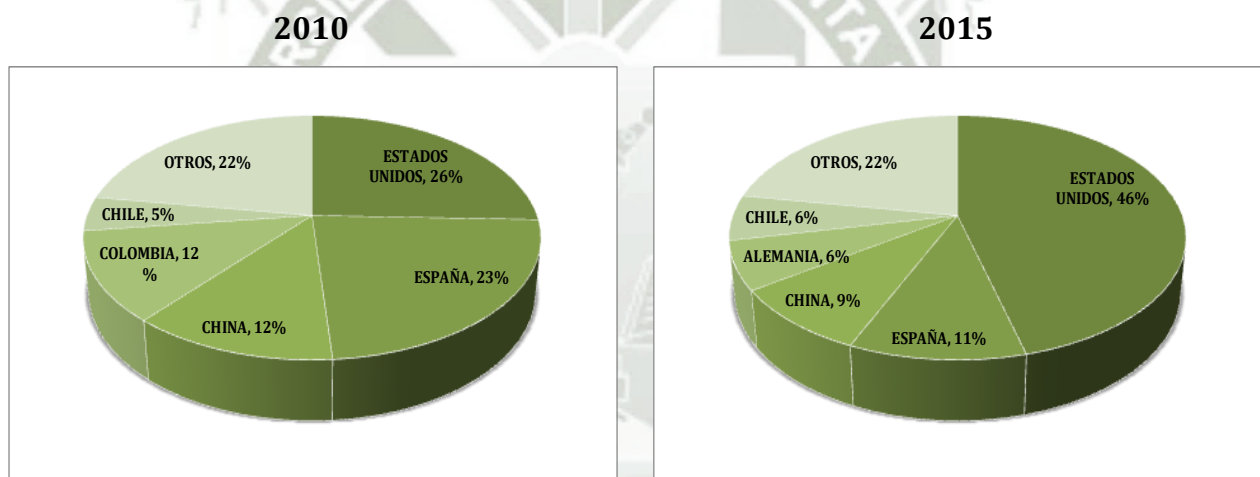


Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 17

2.3.3.1 Exportaciones por países de destino

Durante el periodo de 2015, la región Arequipa exporta productos agrícolas no tradicionales a cerca de 66 países, mientras que en 2010 solo le vendía a 35 países aproximadamente. En 2010, los cinco principales destinos de nuestras agro exportaciones (EE.UU., España, China, Colombia y Chile) explicaban el 78% de las exportaciones agrícolas no tradicionales, mientras que en el 2015, los cinco destinos más resaltantes (EE. UU., España, China, Alemania y Chile) concentraron el 78% de las exportaciones. Ello se deriva de la mayor participación del comercio con EE. UU. Y China (ver gráfico 7).

Gráfico N° 8: Principales países de destino de las Agro exportaciones de la región Arequipa



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

Consecuentemente, el dinamismo en la producción agroindustrial, favorecido por las condiciones de oferta en las principales zonas de producción de la región Arequipa, es sostenido por la creciente demanda internacional por estos productos. El carácter precio-aceptante de las exportaciones de Arequipa, típico también en la agroindustria, refleja que esta expansión agro exportadora es determinada por la gran expansión de la demanda externa hacia nuestros bienes, como por ejemplo hortalizas y frutas.

Dada la cantidad de mercados de abastecimiento por parte de nuestros productos agrícolas en el mercado internacional, podemos mencionar un importante incremento de 89%, de ahí que existe una mayor diversificación de mercados para nuestras exportaciones, y ello se explica por los mayores acuerdos comerciales que el País está logrando en los últimos años (19 acuerdos vigentes, 4 por entrar en vigencia y 4 en negociación)⁷. Estos acuerdos vigentes y renovados en años recientes consideran un tratamiento especial a las exportaciones de la región, al flexibilizar las barreras a la entrada al mercado internacional.

En el año 2010, EE.UU. se convirtió en el principal mercado de las exportaciones agrícolas no tradicionales arequipeñas comprando la cuarta parte de ellas. Las compras de ese país han estado creciendo y en 2015 compra casi la mitad de nuestros envíos (46%) de la oferta exportable de la región de este rubro. En el último quinquenio, logra una tasa de crecimiento de crecimiento acumulada de 88%, siendo uno de los mercados más dinámicos. En términos de evolución, Los Países Bajos muestra una de las mayores tasas, siendo de 578%. España, China y Colombia muestran tasas de decremento, tal como podemos observar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 18: Crecimiento de las Agroexportaciones de la región Arequipa, por país de destino, Periodo 2010-2015

PAIS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA ACUMULADA	TASA PROMEDIO
ESTADOS UNIDOS	25,001,219	40,243,418	35,791,935	38,990,359	43,211,679	47,022,493	88%	13%
ESPAÑA	22,761,809	31,028,781	22,268,553	16,393,779	14,908,725	10,824,442	-52%	-14%
CHINA	12,048,454	9,187,838	6,182,642	15,100,557	20,383,187	9,031,296	-25%	-6%
COLOMBIA	11,615,533	12,143,059	8,842,844	8,165,775	7,795,934	3,216,997	-72%	-23%
BOLIVIA	2,725,407	6,160,479	12,791,797	10,742,027	5,798,140	709,437	-74%	-24%
CHILE	4,443,362	5,941,403	6,103,719	6,762,227	6,710,213	6,158,493	39%	7%
ALEMANIA	4,429,611	3,180,067	5,830,936	2,358,602	4,906,461	6,542,048	48%	8%
PAISES BAJOS	794,430	1,042,692	3,432,918	5,672,905	8,880,253	5,388,667	578%	47%
MEXICO	2,485,663	2,286,135	1,146,363	1,770,861	1,900,578	1,622,000	-35%	-8%
BRASIL	1,699,259	1,155,701	1,846,722	983,810	2,277,174	1,899,753	12%	2%
OTROS	9,871,895	8,965,987	12,217,186	9,606,533	14,479,710	9,955,169	1%	0%
TOTAL	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	102,370,796	5%	1%

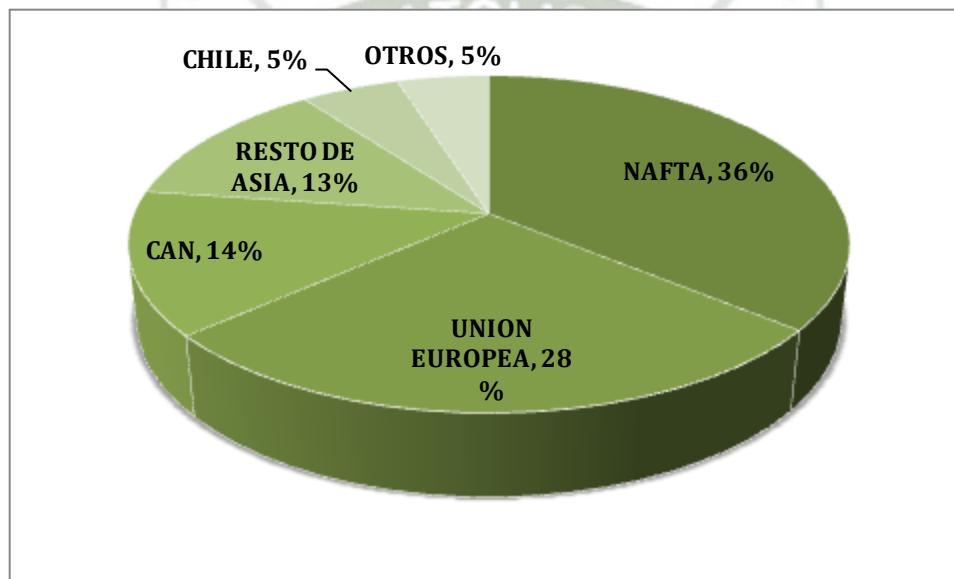
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

⁷ Fuente: <http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

El crecimiento que presenta el principal mercado, se debe a los envíos de productos como: alcachofas en conserva, cebollas, hortalizas preparadas, uvas y quinua.

En términos de bloques económicos, las exportaciones no tradicionales del sector agrícola de la región Arequipa, muestra como principal destino los miembros del NAFTA (36%), seguido de los países que integran la Unión Europea (28%), luego le siguen en orden de importancia la CAN y Resto de Asia (14% y 13% respectivamente). En quinto lugar, aparecen los despachos al país de Chile, con una participación de 5%.

Gráfico N° 9: Participación de las agro exportaciones de la región Arequipa por Bloques Económicos, Periodo 2010-2015



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

2.3.3.2 Exportaciones por producto

A nivel de las exportaciones por producto, durante el periodo en estudio, se lograron exportar en promedio 90 productos del sector agropecuario no tradicional así como el surgimiento de nuevos productos; se mostró un crecimiento promedio anual de 1%. Así tenemos el movimiento de las partidas arancelarias de cada año, en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 19: Movimientos de Partidas Arancelarias del sector Agroexportador,
Periodo 2010-2015

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NUMERO DE PARTIDAS	81	83	85	97	102	94

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

Si detallamos el comportamiento exportador por producto de cada año, podemos observar la diversidad de sus exportaciones. En el cuadro siguiente, lo detallamos.

Cuadro N° 20: Exportaciones de la Región Arequipa del sector Agroexportador,
Periodo 2004-2008 (US\$FOB)

N°	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA PROMEDIO
1	2005991000	Alcachofas (alcauciles) preparadas o conservas sin congelar excepto productos PA. 20.06.	21,001,837	32,334,672	23,877,738	20,987,736	20,729,971	20,170,015	-0.80%
2	0806100000	UVAS FRESCAS	637,787	2,393,147	6,302,720	12,330,935	18,226,245	17,682,114	94.34%
3	0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	12,648,965	13,014,649	11,859,359	12,134,671	13,671,938	12,277,890	-0.59%
4	0801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CASCARA FRESCAS O SECAS	4,172,791	6,428,324	6,342,154	6,147,220	7,202,355	8,899,611	16.36%
5	1212290000	LAS DEMAS ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS			5,280,332	14,696,760	18,254,554	7,309,814	11.45%
6	1008509000	LAS DEMAS Quinoa (chenopodium quinoa) excepto para la siembra			505,555	4,457,956	13,289,095	6,657,590	136.15%
7	0712909000	DEMAS HORTALIZAS, MEZCLAS DE HORTALIZAS, CORTADAS EN TROZOS O RODAJAS, TRITU. O PULV., SIN	3,682,621	2,587,555	5,497,371	1,114,692	3,376,236	4,502,382	4.10%
8	2202100000	AGUA, INCLUIDAS EL AGUA MINERAL Y LA GASEADA, C/ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE	2,596,056	3,090,326	3,583,067	2,625,464	1,812,922	3,030,652	3.14%
9	2001909000	DEMAS HORTALIZAS, FRUTAS Y DEMAS PART. COMEST. DE PLANTAS, PREP. O CONSERV. EN VINAGRE	2,079,799	1,662,317	1,873,109	2,023,929	2,328,189	2,936,849	7.15%
10	0904211090	LAS DEMAS PAPIRIKA (CAPSICUM ANNUM, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR			8,913,400	7,394,546	5,426,336	2,099,573	-38.24%
11	0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	700,372		1,436,408	3,826,613	4,069,835	2,098,887	31.57%
12	0904211010	Paprika (Capsicum annum, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR, EN TROZOS O RODAJAS		72,608	5,197,198	3,566,003	2,337,956	2,061,477	130.83%
13	0703209000	Los demás ajos, frescos o refrigerados excepto para siembra	2,042,715	1,609,700	1,886,753	605,296	439,875	1,811,299	-2.38%
14	2201900010	AGUA SIN GASEAR	469,560	527,663	744,545	857,910	961,733	1,174,375	20.12%
15	0810909000	LOS DEMAS FRUTAS U OTROS FRUTOS FRESCOS		46,424	41,912	163,911	243,339	1,144,987	122.85%
16	0710809000	LAS DEMAS HORTALIZAS EXCEPTO ESPARRAGOS	2,152,636	2,519,445	1,422,813	1,415,760	941,292	1,085,264	-12.80%
17	2005700000	ACEITUNAS PREPARADAS O CONSERVADAS, SIN CONGELAR	1,523,166	573,395	1,201,759	487,697	640,377	930,594	-9.38%
18	1101000000	HARINA DE TRIGO O DE MORCAJO (TRANQUILLON).		78,960	275,855	3,627,991	2,951,575	795,267	78.15%
19	2008999000	DEMAS FRUTAS/FRUTOS Y DEMAS PART. COMESTIB. DE PLANTAS, PREP. O CONSERV. DE OTRO MODO	7,657	18,097	95,752	364,795	603,159	653,392	143.35%
20	2203000000	CERVEZA DE MALTA.	413,487	3,587,845	9,153,711	4,731,252	1,319,716	557,286	6.15%
21	1211903000	OREGANO (ORIGANUM VULGARE)	578,240	438,916	601,844	492,932	491,247	508,842	-2.52%
22	0712200000	CEBOLLAS SECAS, CORTADAS EN TROZOS O RODAJAS, O TRITUR., O PULVER., SIN OTRA PREPARACION	1,111,031	1,285,967	2,202,680		296,628	452,824	-20.10%
23	0904219000	Los demás frutos del genero Capsicum o Pimenta, secos, sin triturar ni pulverizar			180,543	181,988	431,027	394,266	29.74%

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA PROMEDIO
24	1211909090	DEMÁS PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS Y FRUTOS DE LAS UTILIZ. EN PERFUMERÍA, MED	65,179	47,558	91,237	133,417	655,515	388,855	42.93%
25	0910999000	Los demás: Los demás especes excepto jengibre, azafrán, cúrcuma, hojas de laurel	53,016	100,249	60,887	131,576	109,308	307,332	42.12%
26	0711200000	ACEITUNAS CONSERVADAS PROVISIONALMENTE, TODAVIA IMPROPIAS EL CONSUMO INMEDIATO	135,108	103,856	37,584	64,800	421,440	283,068	15.94%
27	2106907100	Complementos alimenticios que contengan exclusivamente mezclas o extractos de plantas, partes de plantas, Semillas o frutos	15,588		118,969	143,360	226,878	247,843	99.68%
28	2201100030	AGUA GASEADA	483,912	310,248	445,308	747,064	1,302,104	241,537	-12.98%
29	2202900000	DEMÁS AGUAS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS, AZUCARADAS, NO GASEADAS	154,761	22,104	119,407	185,670	393,683	187,206	3.88%
30	1207409000	DEMÁS SEMILLA DE SESAMO, INCLUSO QUEBRANTADO, EXCEPTO PARA SIEMBRA	125,341	45,428	61,541	253,874	224,420	180,829	7.61%
31	0713509000	HABAS, HABA CABALLAR Y HABA MENOR EXCEPTO PARA SIEMBRA	18,151	118,500		214,366	403,097	146,433	68.53%
32	1106201000	HARINA DE MACA			500	133,582	82,254	94,370	473.62%
33	1005903000	Maíz Blanco gigante (Zea mays amilacea cv. gigante) excepto para siembra	138,781	78,167	346,327	431,981	497,377	89,258	-8.45%
34	2302300000	SALVADOS, MOYUELOS Y DEMÁS RESIDUOS DEL CERNIDO, MOLLIENDA U OTROS TRATAM. DE TRIGO	548,805	243,610	198,628	367		88,628	-36.61%
35	0904221000	PAPRIKA (Capsicum annum, L.) TRITURADA O PULVERIZADA			1,457,298	680,137	767,309	73,685	-63.02%
36	0910110000	JENGIBRE SIN TRITURAR NI PULVERIZAR			46,270	15,549	41,674	68,920	14.20%
37	1102909000	LAS DEMÁS HARINA DE CEREALES, EXCEPTO DE TRIGO, MORCAJO (TRANQUILLON) O CENTENO			15,759	50,450	22,782	67,876	62.70%
38	0713609000	Las demás Arvejas (guisantes, chicharos) de palo, gandú o gandul (Cajanus caian)						63,324	0.00%
39	1404902000	Tara En polvo (Caesalpinia spinosa)	178,399	28,080	215,940	158,865	187,260	59,440	-19.73%
40	0713339900	LOS DEMÁS FRIJOLES COMUNES		9,120		9,150		58,400	153.05%
41	0811909900	Demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocido en agua o vapor, s/azúcar o edulcorante			56	6,100		50,448	2901.97%
42	0402911000	LECHE EVAPORADA SIN AZÚCAR NI EDULCORANTE	2,494,407	3,161,618	4,223,763	3,888,529	3,111,209	46,150	-54.98%
43	1904900000	DEMÁS PRODUCTOS A BASE DE CEREALES OBTENIDOS POR INFLADO O TOSTADO					4,266	42,417	894.23%
44	1207999900	Los demás semillas y frutos oleaginosos, incluso quebrantado, excepto para siembra		27,352		11,059	14,625	41,886	15.26%
45	1008902000	Kiwicha (Amaranthus caudatus)			602,445	515,703	662,261	35,427	-61.11%
46	0810901000	GRANADILLA, "MARACUYA" (PARCHITA) Y DEMÁS FRUTAS DE LA PASIÓN (PASSIFLORA SPP.) FRESC						26,309	0.00%
47	0805209000	DEMÁS CLEMENTINAS, WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS (CÍTRICOS) FRESCOS O SECOS			21,362			25,288	18.38%
48	2001901000	ACEITUNAS PREPARADAS O CONSERVADAS EN VINAGRE O ACIDO ACÉTICO		98,340				23,680	-75.92%
49	1104300000	GERMEN DE CEREALES ENTERO, APLASTADO, EN COPOS O MOLIDO						20,940	0.00%
50	0813400000	LAS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS SECOS						16,300	0.00%
51	1106302000	Harina, Semola y Polvo de lúcum (lúcum obovata)						16,160	0.00%
52	0603149000	LOS DEMÁS CRISANTEMOS FRESCOS PARA RAMOS O ADORNOS				8,570	65,075	14,889	31.81%
53	1008909000	LOS DEMÁS CEREALES			18,948		32,687	14,513	-12.48%
54	1005904000	Maíz Morado (Zea mays amilacea cv. Morado) excepto para siembra	1,875				827	12,606	159.29%
55	1106209000	LOS DEMÁS HARINAS, SEMOLA Y POLVO DE SAGU O DE LAS RAICES O RAICES O TUBERCULOS DE LA PARTIDA 07.14 EXCEPTO MACA (LAPIDIUM MEYENIL)					1,970	11,970	507.62%
56	0603110000	Rosas frescas, cortadas para ramos o adornos				10,320	32,157	11,486	5.50%
57	1208900000	DEMÁS HARINA DE SEMILLAS O DE FRUTOS OLEAGINOSOS, EXC. LA HARINA DE MOSTAZA						8,607	0.00%
58	1211906000	Hierbaluisa (Cymbopogon citratus) frescos o secos incluso cortados, quebrantados o pulverizados.			2,955		250	8,158	66.14%
59	2208202100	PISCO	29,250	33,401	47,255	2,937	4,176	7,620	-23.59%
60	0904110000	PIMIENTA DEL GÉNERO PIPER, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR						7,060	0.00%
61	1515500000	ACEITE DE SESAMO (AJONJOLI) Y SUS FRACCIONES	9,637		27,107		2,381	6,990	-10.15%
62	1805000000	CACAO EN POLVO SIN ADICIÓN DE AZÚCAR NI OTRO EDULCORANTE.		6,972	8,059	7,169	13,808	6,370	-2.23%
63	1806209000	Demás preparaciones, en bloques, barras o tabletas con peso > A 2 KG, en forma líquida o pastosa o en polvo, granulos o firmas similares, en recipientes o en envases inmediatos con un contenido superior a 2 kg.	6,034			103	6,029	5,513	-2.97%
64	2103909000	DEMÁS PREPARACIONES PARA SALSAS, Y DEMÁS SALSAS PREPARADAS	3			6,064		4,048	3772.03%
65	0603199000	Los demás flores y capullos frescos, cortadas para ramos o adornos		21,603	27,438	54,870	10,105	2,817	-39.91%
66	1518009000	DEMÁS GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES Y SUS FRACCIONES, COCIDOS, OXIDADOS, DESH				175	6,210	2,417	272.08%
67	0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	14,730	4,680	24,242	8,170	11,601	2,400	-30.43%
68	1211905000	UÑA DE GATO			2,217		16,408	1,973	-5.65%
69	1102200000	HARINA DE MAÍZ						1,600	0.00%
70	2101120000	PREPARACIONES A BASE DE EXTRACTOS, ESENCIAS O CONCENTRADOS O A BASE DE CAFÉ						1,489	0.00%
71	2005992000	Pimiento piquillo (Capsicum annum) preparadas o conservas sin congelar productos PA. 20.06.			42,166	10,710	11,567	1,134	-70.04%
72	1804001200	Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico superior a 1% pero inferior o igual a 1.65%						1,027	0.00%
73	1404909090	Los demás: los demás productos vegetales no expresados ni comprendidos en otra parte		55,956	77,814	103,208	36,080	814	-65.27%
74	2005999000	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	5,217,713	6,737,434	4,213,954	2,393,479	472,986	705	-83.17%
75	2204210000	DEMÁS VINOS EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD <= A 2 L		638				695	8.84%
76	1104299000	LOS DEMÁS CEREALES EXCEPTO CEBADA						668	0.00%

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA PROMEDIO
77	1404901000	Achiote En polvo (onoto, bija)						603	0.00%
78	2101200000	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE TE/YERBA MATE Y PREP. A BASE DE ESTOS EXTRACTOS		2		7	35,047	600	569.43%
79	1104190000	GRANOS APLASTADOS O EN COPOS DE LOS DEMAS CEREALES				3,750	109,815	596	-60.12%
80	0603191000	Flores frescas gypsophila (lluvia ilusion) (Gypsophila paniculata L.)					439	595	35.54%
81	2106909900	Las demas preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte			24,499	12,717	20,653	592	-71.09%
82	0713319000	FRIJOLE DE LAS ESPEC.VIGNA MUNGO(L)JEPPER O VIGNA RADIATA(L)WILCZEK,EXCEP.P LA SIEMB	3,690					510	-86.18%
83	0910300000	CIRCUJUMA	100,570	60,877	41,418	89,050	38,169	500	-65.38%
84	1212920000	CAÑA DE AZUCAR FRESCA, REFRIGERADA, CONGELADA O SECA						450	0.00%
85	0910120000	JENGIBRE TRITURADO O PULVERIZADO					300	300	0.00%
86	1806320000	CHOCOLATES Y SUS PREPARAC. EN BLOQUES, TABLETAS O BARRAS, SIN RELLENAR	753			292		289	-38.11%
87	0713399100	PALLARES					97,748	200	-99.80%
88	1905909000	Demas productos de panaderia, pasteleria, o galletas, incl. c/adicion de cacao	5	12	18	19	28,512	200	109.13%
89	0603193000	ALSTROEMERIA FRESCOS, CORTADAS PARA RAMOS O ADORNOS				307	477	193	-20.71%
90	0603150000	Azucenas (Lilium spp.) frescas						160	0.00%
91	2102300000	POLVOS PARA HORNEAR PREPARADOS						120	0.00%
92	0604900000	LOS DEMÁS FOLLAJE,HOJAS,RAMAS Y PART.DE PLANTAS,S/FLORES NI CAPULLOS Y HIERBAS PARA RAM			51,998		320	28	-97.68%
93	1806900000	DEMÁS CHOCOLATE Y PREPARACIONES ALIMENTICIAS QUE CONTENGAN CACAO	18,963	10,584	8,307	16,067	11,638	21	-74.49%
94	0805201000	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y SATSUMAS) FRESCAS O SECAS		16	105	21,812	35,943	11	-8.94%
95	0106131200	ALPACAS (LAMA PACUS) VIVAS				276,050			0.00%
96	0807110000	SANDIAS FRESCAS	3,135						0.00%
97	0807190000	MELONES FRESCOS							0.00%
98	0805100000	NARANJAS, FRESCAS O SECAS		37,856					0.00%
99	0804501000	GUAYABAS, FRESCOS O SECOS				2,534			0.00%
100	0714901000	MACA (LEPIDIUMMEYENII)					302,620		0.00%
101	0801119000	Cocos secos			315				0.00%
102	0803002000	BANANAS O PLATANOS SECOS		8,861					0.00%
103	0803902000	BANANAS O PLATANOS SECOS			67,001				0.00%
104	0804300000	PIÑAS TROPICALES (ANANAS), FRESCAS O SECAS			71,847				0.00%
105	0904201010	PAPRIKA ENTERA	10,223,047	15,922,951					55.76%
106	0904201020	PAPRIKA EN TROZOS O RODAJAS	4,319,218	6,380,752					47.73%
107	0904201030	PAPRIKA TRITURADA O PULVERIZADA	155,257	579,582					273.31%
108	0904209000	Demas frutos del genero Capsicum o Pimienta, secos, triturados o pulverizados	978,944	1,408,977					43.93%
109	0904229000	Los demas frutos del genero Capsicum o Pimienta, secos, triturados o pulverizados			33,010		110		-99.67%
110	0910100000	JENGIBRE	2,791	17,631					531.70%
111	0813300000	MANZANAS SECAS		3,151					0.00%
112	0811109000	FRESAS (FRUTILLAS) SIN ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE, CONGELADOS	52,167	35,579					-31.80%
113	0811909200	Camu Camu (Myrciaria dubia) sin cocer o cocido en agua o vapor,s/azuc.o edulc.congel			350				0.00%
114	0811909600	Papaya sin cocer o cocidos en agua o vapor,s/azuc.o edulc.congel					6		0.00%
115	0701900000	LAS DEMAS PAPAS (PATATAS), FRESCAS O REFRIGERADAS				36,000	31,283		-13.10%
116	0702000000	TOMATES FRESCOS O REFRIGERADOS.					132,775		0.00%
117	0711900000	DEMÁS HORTALIZAS;MEZCLAS DE HORTALIZAS,CONSERV.PROVISIONALM.,IMPROPIAS P EL CONS.INME	16,107	55,637			15,693		-1.29%
118	0604200000	FOLLAJE,HOJAS,RAMAS Y PART.DE PLANTAS,S/FLORES NI CAPULLOS Y HIERBAS FRESCOS PARA RAM					20		0.00%
119	0713399200	FRIJOL CASTILLA	15,000	598,559					3890.39%
120	0713359000	Los demas Frijoles (fréjoles, porotos, alubias, judías) salvajes o caupí (Vigna unguiculata)			156,345	16,500	9,000		-76.01%
121	0713339200	FRIJOL CANARIO		123,550		102,368	48,691		-37.22%
122	0712310000	HONGOS DEL GENERO AGARICUS			35,808				0.00%
123	0603129000	LOS DEMÁS CLAVELES FRESCOS, CORTADOS PARA RAMOS O ADORNOS.					78		0.00%
124	0603141000	CRISANTEMOS FRESCOS POMPONES,CORTADOS PARA RAMOS O ADORNOS				6,318			0.00%
125	0407110000	HUEVOS FECUNDADOS DE GALLINA (GALLUS DOMESTICUS) PARA INCUBAR			210,008				0.00%
126	0409001000	MIEL NATURAL EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD SUPERIOR O IGUAL A 300 KG						3	0.00%
127	0511911000	HUEVAS Y LECHAS DE PESCADO, IMPROPIOS PARA LA ALIMENTACION HUMANA			1,286,975				0.00%
128	0511991000	COCHINILLA E INSECTOS SIMILARES	1,677,454	445,726	1,589,976	692,622	49,093		-58.64%
129	0704900000	DEMÁS COLES RIZADAS,COLINABOS Y PROD.COMESTIBLES SIMIL.AL GENERO BRASSICA,FRESCOS O R					14,774		0.00%
130	0706100000	ZANAHORIAS Y NABOS, FRESCOS O REFRIGERADOS					25,765		0.00%
131	0706900000	DEMÁS REMOLACHAS P ENSALAD.,SALSIFIES,APIONABOS,RABANOS Y RAICES COMESTIBLES FRESCOS					13,055		0.00%
132	0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS		1,714,264	779,431	91,350			-76.92%
133	0709902000	ACEITUNAS, FRESCAS O REFRIGERADAS		9,256					0.00%
134	0709903000	Alcachofas (alcauciles) frescas o refrigeradas	40						0.00%
135	0709910000	Alcachofas (alcauciles) frescas o refrigeradas			59,947				0.00%
136	0709920000	ACEITUNAS, FRESCAS O REFRIGERADAS					16,220		0.00%

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA PROMEDIO
137	0710210000	ARVEJAS(GUISANTES,CHICHAROS)(PISUM SATIVUM),AUNQUE ESTEN COCIDAS EN AGUA O VAPOR,CONG		12					0.00%
138	0710290000	LAS DEMAS HORTALIZAS DE VAINA,INCLUSO DESVAINADAS,COCIDAS EN AGUA O VAPOR O CONGELADA	269,986	246,742	117,989				-33.89%
139	1901109100	Preparaciones para la alimentacion infantil, base de harinas, sémolas, almidones, féculas o extractos de malta		1					0.00%
140	1901909000	DEMÁS PREPARACIONES ALIMENTICIAS DE HARINA SEMOLA, ALMIDON, FECULA O EXTRACTO DE MAL	21,062	282					-98.66%
141	1902190000	DEMÁS PASTAS ALIMENTICIAS S/COCCER, RELLENAR NI PREPARAR DE OTRA FORMA	14,967						0.00%
142	1902300000	DEMÁS PASTAS ALIMENTICIAS	187,426						0.00%
143	1904100000	PRODUCTOS A BASE DE CEREALES, OBTENIDOS POR INFLADO O TOSTADO	8	131		1,143			1095.16%
144	1904200000	PREPARACIONES ALIMENTICIAS OBTENIDAS CON COPOS DE CEREALES SIN TOSTAR O CON MEZCLAS D			243	79			-67.49%
145	1806310000	CHOCOLATES Y SUS PREPARAC. EN BLOQUES. TABLETAS O BARRAS, RELLENOS					6		0.00%
146	1806311000	Chocolates y sus preparac. En bloques, tabletas o barras, rellenos sin adición de azucar, ni otros edulcorantes	8						0.00%
147	1806319000	Demás Chocolates y sus preparac. En bloques, tabletas o barras, rellenos		20					0.00%
148	1515900090	Los demás: los demás grasas y aceites vegetales fijos, y sus fracciones, incl. Refinados pero sin modificar químicamente		8		1,557			20656.27%
149	1905310000	GALLETAS DULCES	21	26	2,785		9		-26.03%
150	1905901000	Galletas saladas o aromatizadas		10					0.00%
151	1302391000	MUCILAGOS DE SEMILLA DE TARA (CAESALPINEA SPINOSA)	123,660	17,629		225,000	250,100		26.46%
152	1212200000	ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS	12,549,567	9,317,533	191,508				-87.65%
153	1106301000	HARINA, SEMOLA, Y POLVO DE BANANAS O PLATANOS					4		0.00%
154	1702902000	AZUCAR Y MELAZA CARAMELIZADOS				256			0.00%
155	1704901000	BOMBONES, CARAMELOS CONFITES Y PASTILLAS, SIN CACAO				3			0.00%
156	1801001900	Demás cacao en grano, entero o partido, crudo, excepto para siembra				1,420			0.00%
157	1801002000	CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, TOSTADO				7,476			0.00%
158	1804001100	Manteca de cacao con un índice de acidez expresado en ácido oleico inferior o igual a 1%				3,700			0.00%
159	0902100000	TE VERDE (SIN FERMENTAR) PRESENTADO EN ENVASES INMEDIATOS CON UN CONTENIDO <= 3 KG	12,841			8,223	17,101		15.40%
160	0902300000	TE NEGRO (FERMENTADO) Y TE PARCIALM.FERMENTADO, PRESENTADOS EN ENVASES DE CONT.<= 3KG				5,175	1,804		-65.14%
161	1003009000	CEBADA EXCEPTO PARA LA SIEMBRA	10,200						0.00%
162	1005100000	MAIZ PARA SIEMBRA	38						0.00%
163	1005909000	Los demás maíz excepto para siembra	3,800		69,315	27,381			168.43%
164	1008309000	ALPISTE, EXCEPTO PARA SIEMBRA.				3,000	840		-72.00%
165	1008501000	QUINUA (CHENOPODIUM QUINOA) PARA SIEMBRA					12,800		0.00%
166	1008909200	Kiwicha (Amaranthus caudatus), excepto para siembra	646,807	551,920					-14.67%
167	1008901900	Quinua (chenopodium quinoa) excepto para la siembra	632,900	111,521					-82.38%
168	1104230000	GRANOS TRABAJADOS (P.EJ. MONDADOS, PERLADOS, TROCEADOS O QUEBRANTADOS) DE MAIZ		6,400					0.00%
169	1104291000	GRANOS TRABAJADOS DE CEVADA	25,395						0.00%
170	1102900000	DEMÁS HARINA DE CEREALES, EXCEPTO DE TRIGO, O DE MORCAJO (TRANQUILLON)		525					0.00%
171	1209911000	SEMILLAS DE CEBOLLAS, PUERROS (POROS), AJOS Y DEMAS HORTALIZAS DEL GENERO ALLIUM				33,300			0.00%
172	1209919000	DEMÁS SEMILLAS DE HORTALIZAS	110,910		7,740	5,233			-78.28%
173	1209994000	Semillas de achiote (onoto, bija), para siembra	55,570			1,500			-97.30%
174	1106309000	HARINA, SEMOLA, Y POLVO DE LOS DEMAS PRODUCTOS DEL CAP. 8 EXC. BANANAS O PLATANOS					432		0.00%
175	1204009000	DEMÁS SEMILLAS DE LINO, INCLUSO QUEBRANTADA EXCEPTO PARA SIEMBRA			3,518		9,466		169.03%
176	1207109000	DEMÁS NUEZ Y ALMENDRA DE PALMA, INCLUSO QUEBRANTADOS, EXCEPTO PARA SIEMBRA					850		0.00%
177	2106902100	Prep.compuestas cuyo grado volum. Sea <=0,5% presentadas en envase acondicionado para la venta al por menor.		1					0.00%
178	2009801500	JUGO DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA)	36,800						0.00%
179	2009899000	LOS DEMÁS JUGOS DE FRUTAS					480		0.00%
180	2101110000	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFE			7				0.00%
181	2201100011	AGUA MINERAL NATURAL O MINERAL MEDICINAL, INCLUSO GASEADA	144						0.00%
182	2201900090	DEMÁS AGUAS SIN GASEAR, NO AZUCARADAS, (NIEVE)			1		208		20719.00%
183	2106907400	Complementos alimenticios que contengan exclusivamente mezclas de vitaminas	54,195	594					-98.90%
184	2106907900	Demás complementos alimenticios	247			91,250			36843.32%
185	2106909000	Demás preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte	13,610	24,703					81.50%
186	2106909100	QUE CONTENGAN MEZCLAS O EXTRACTOS DE PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS O FRUTOS					1,460		0.00%
187	2002900000	LOS DEMÁS TOMATES PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE)	17,534	65,463	34,144	17,624			0.17%

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA PROMEDIO
188	2004900000	LAS DEMAS HORTALIZAS Y LAS MEZCLAS DE HORTALIZAS, CONGELADAS			542,332				0.00%
189	2005600000	ESPARRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN CONGELAR			1,144	74,396	17,779		294.23%
190	2006000000	HORTALIZAS, FRUTAS U OTROS FRUTOS O SUS CORTEZAS Y DEMAS PART. DE PLANTAS, CONFITADOS	9	11	1		2		-39.43%
191	2007999100	LAS DEMAS CONFITURAS, JALEAS Y MERMELADAS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS	5		35,514	47,144	1,350		1543.17%
192	2008702000	DURAZNOS EN AGUA CON ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE, INCLUIDO EL JARABE	5	16	4		5		-3.45%
193	2008709000	LOS DEMAS DURAZNOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTRO MODO			9	5			-50.00%
194	2008970000	MEZCLAS DE FRUTAS/FRUTOS Y DEMAS PART. COMEST. DE PLANTAS PREPARADOS DE OTRO MODO				105			0.00%
195	2008992000	PAPAYAS PREPARADAS O CONSERVADAS	7	45,860					694752.42%
196	2008993000	MANGOS PREPARADOS O CONSERVADOS	2						0.00%
197	2208701000	LICORES DE ANIS	12,368						0.00%
198	2208702000	LICORES DENOMINADO CREMA				2,484			0.00%
199	2209000000	VINAGRE Y SUCEDANEOS DEL VINAGRE OBTENIDOS A PARTIR DEL ACIDO ACETICO				134			0.00%
200	3301902000	OLEORRESINAS DE EXTRACCION		7,400					0.00%
201	3302109000	DEMAS MEZCLAS DE SUST. ODORIFERAS P INDUST. ALIMENTARIA O DE BEBIDAS.				4,641	1,747		-62.35%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

Como podemos ver, a lo largo del periodo en términos de periodicidad, las exportaciones que más sobresalen, son las exportaciones de productos que tradicionalmente la región no exportaba, así tenemos: la uva (94.34%), quinua (136.15%), las paltas (31.57%), demás frutas/frutos y demás partes comestibles de plantas, preparadas o conservadas de otro modo (143.35%) y Paprika (*Capsicum annum*, L) seca, sin triturar ni pulverizar, en trozos o rodajas (130.83%). Productos que mostraron un comportamiento positivo. En total se exportaron en el periodo 201 productos. Asimismo vale la pena considerar el surgimiento de nuevos productos de exportación de la región en el sector, como por ejemplo: la papa, tomates, frutas, flores, pisco, etc.

En términos de representación, los veinte principales productos que la región exporta son:

Cuadro N° 21: Principales Productos de exportación, Periodo 2010-2015 (US\$FOB)

Nº	Partida	Descripción Arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL	PARTICIPACIÓN
1	2005991000	Alcachofas (alcauciles) preparadas o conservas sin congelar excepto productos PA. 20.06.	21,001,837	32,334,672	23,877,738	20,987,736	20,729,971	20,170,015	139,101,968	20.28%
2	0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	12,648,965	13,014,649	11,859,359	12,134,671	13,671,938	12,277,890	75,607,471	11.02%
3	0806100000	UVAS FRESCAS	637,787	2,393,147	6,302,720	12,330,935	18,226,245	17,682,114	57,572,947	8.39%
4	1212290000	LAS DEMAS ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS			5,280,332	14,696,760	18,254,554	7,309,814	45,541,460	6.64%
5	0801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CASCARA FRESCAS O SECAS	4,172,791	6,428,324	6,342,154	6,147,220	7,202,355	8,899,611	39,192,456	5.71%
6	0904201010	PAPRIKA ENTERA	10,223,047	15,922,951					26,145,999	3.81%
7	1008509000	LAS DEMAS Quinoa (chenopodium quinoa) excepto para la siembra			505,555	4,457,956	13,289,095	6,657,590	24,910,196	3.63%
8	0904211090	LAS DEMAS PAPRIKA (CAPSICUM ANNUM, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR			8,913,400	7,394,546	5,426,336	2,099,573	23,833,855	3.48%
9	1212200000	ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS	12,549,567	9,317,533	191,508				22,058,607	3.22%
10	0712909000	DEMÁS HORTALIZAS, MEZCLAS DE HORTALIZAS, CORTADAS EN TROZOS O RODAJAS, TRITURADO PULV., SIN	3,682,621	2,587,555	5,497,371	1,114,692	3,376,236	4,502,382	20,760,857	3.03%
11	2203000000	CERVEZA DE MALTA	413,487	3,587,845	9,153,711	4,731,252	1,319,716	557,286	19,763,296	2.88%
12	2005999000	Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar	5,217,713	6,737,434	4,213,954	2,393,479	472,986	705	19,036,270	2.78%
13	0402911000	LECHE EVAPORADA SIN AZÚCAR NI EDULCORANTE	2,494,407	3,161,618	4,223,763	3,888,529	3,111,209	46,150	16,925,676	2.47%
14	2202100000	AGUA, INCLUIDAS EL AGUA MINERAL Y LA GASEADA, C/ADICION DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE	2,596,056	3,090,326	3,583,067	2,625,464	1,812,922	3,030,652	16,738,488	2.44%
15	0904211010	Paprika (Capsicum annum, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR, EN TROZOS O RODAJAS		72,608	5,197,198	3,566,003	2,337,956	2,061,477	13,235,242	1.93%
16	2001909000	DEMÁS HORTALIZAS, FRUTAS Y DEMÁS PART. COMEST. DE PLANTAS, PREP. O CONSERV. EN VINAGRE	2,079,799	1,662,317	1,873,109	2,023,929	2,328,189	2,936,849	12,904,192	1.88%
17	0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	700,372		1,436,408	3,826,613	4,069,835	2,098,887	12,132,116	1.77%
18	0904201020	PAPRIKA EN TROZOS O RODAJAS	4,319,218	6,380,752					10,699,969	1.56%
19	0710809000	LAS DEMAS HORTALIZAS EXCEPTO ESPARRAGOS	2,152,636	2,519,445	1,422,813	1,415,760	941,292	1,085,264	9,537,210	1.39%
20	0703209000	Los demás ajos, frescos o refrigerados excepto para siembra	2,042,715	1,609,700	1,886,753	605,296	439,875	1,811,299	8,395,639	1.22%

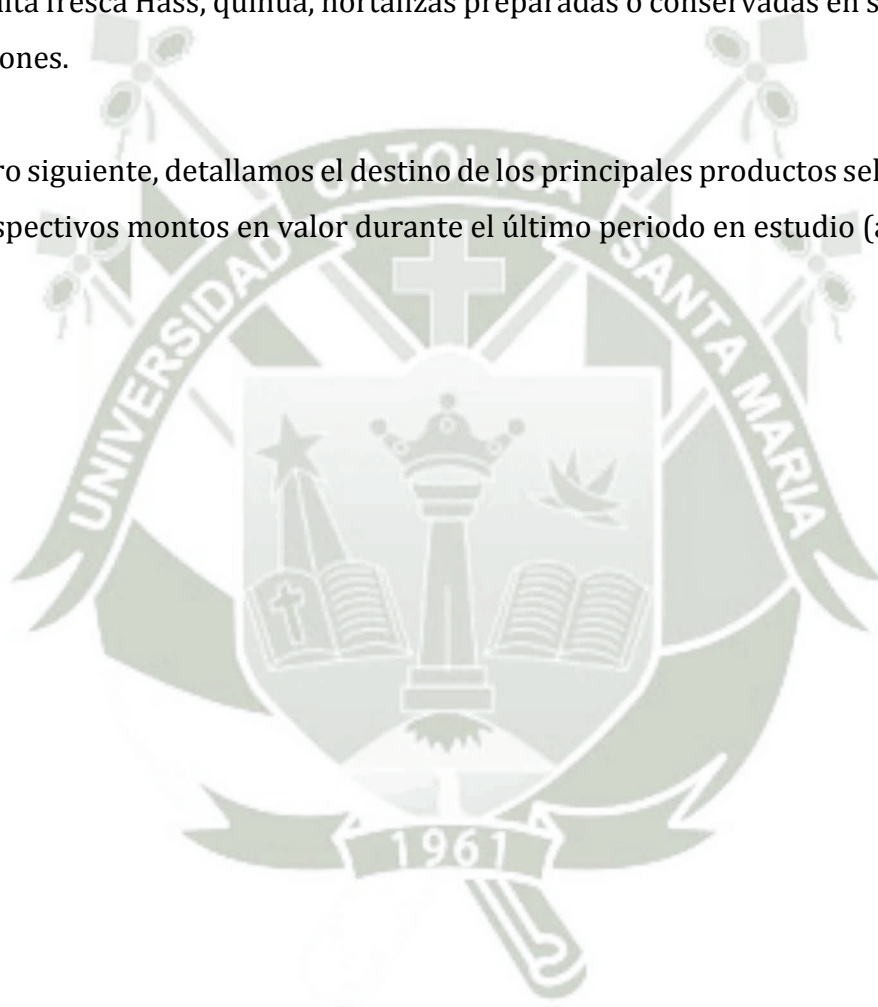
Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 20

Para el análisis de los principales productos, tomamos como referencia el monto en valor exportado durante los cinco años de análisis, así tenemos a los 20 primeros productos que la región Arequipa exporta, destacando en primer lugar las exportaciones de alcachofa con la partida arancelaria 2005991000, con una participación de 20.28%; luego tenemos a las exportaciones de cebollas frescas con una representación de 11.02% del total de las exportaciones del sector durante el periodo; seguidamente tenemos a las uvas, la cual ha mantenido un crecimiento dinámico, siendo este del 94% y una participación del 8% dentro del sector; seguidamente tenemos a las demás algas, que se exportaron como secas con un crecimiento del 11% y una participación del 7%; luego tenemos a la exportación de nueces del Brasil con un crecimiento del orden de 16% y que se ha mantenido a lo largo del periodo en análisis,

con una participación del 6%; y como último producto analizado tenemos a la paprika entera, con una tasa de crecimiento del 55% y un nivel de participación de 4%. Cabe indicar que este último producto solo registró movimiento en los dos primeros años de análisis, tal como observamos en el cuadro anterior.

Cabe resaltar que dentro de los productos seleccionados, se encuentran productos emergentes, si bien es cierto que no muestran una constante evolución sin embargo sus valores de exportación son significativos. Así podemos mencionar a las exportaciones de uvas, palta fresca Hass, quinua, hortalizas preparadas o conservadas en sus diversas presentaciones.

En el cuadro siguiente, detallamos el destino de los principales productos seleccionados con sus respectivos montos en valor durante el último periodo en estudio (año 2015).



Cuadro N° 22: Principales productos por mercados de destino en US\$ FOB, Periodo 2015

Partida	Descripción Arancelaria	ESP.	BEL.	CHL.	EE.UU.	FRA.	JAP.	LIB.	MEX.	P.BJ.	TURQ.	CAN.	BRA.	AUST.	COL.	ECUA.	PAN.	CHIN	CSUR	C.RICA	E.SAL.	H.KONG	RUS.	VIET.	ALEM.	N.ZEL.	ISR.	ITA.	R.UNI.	GUAT.	R.CHE	BOL.	E.A.U			
2005991000	Alcachofas (alcauciles) preparadas o conservas sin congelar excepto productos PA...	3,594,327	250,410	40,404	14,541,690	316,626	24,463	58,289	4,590	204,039	42,792	88,651	116,100	40,503																						
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	1,482,557		19,650	988,402					111,590			198,680		3,011,592	60,171	133,031																			
0806100000	UYAS FRESCAS				12,190,647					1,765,630		171,594	145,884		26,220			1,750,935	683,171	33,060	63,840	208,738	443,287	314,907												
1212290000	LAS DEMAS ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS			29,453														7,298,320																		
0801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CASCARA FRESCAS O SECAS				5,321,164									1,596,154											1,055,226	806,988										
0904201010	PAPRIKA ENTERA	12,485,565		1,040,375	749,941				1,527,318				67,489																							
1008509000	LAS DEMAS Quinoa (chenopodium quinoa) excepto para la siembra	12,020		160,906	3,631,098		510,932		82,449	218,490		101,415	75,029	469,254													536,477	160,109	466,744							
0904211090	LAS DEMAS PAPRIKA (CAPSICUM ANNUM, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR	1,620,232			370,913						108,427																									
1212200000	ALGAS FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS O SECAS																	191,508																		
0712909000	DEMAS HORTALIZAS, MEZCLAS DE HORTALIZAS, CORTADAS EN TROZOS O RODAJAS, TRITU O PULV, SIN				54,227								67,322		56,510	24,450									4,167,105					132,768						
2203000000	CERVEZA DE MALTA			557,286																																
2005999000	Demas hortalizas preparadas o conservadas sin congelar																																		705	
0402911000	LECHE EVAPORADA SIN AZUCAR NI EDULCORANTE																																		46,150	
2202100000	AGUA, INCLUIDAS EL AGUA MINERAL Y LA GASEADA, C/ADICION DE AZUCAR U OTRO EDULCORANTE			3,027,873	2,780																															
0904211010	Paprika (Capsicum annum, L) SECA, SIN TRITURAR NI PULVERIZAR, EN TROZOS O RODAJAS	2,061,172																								305										
2001909000	DEMAS HORTALIZAS, FRUTAS Y DEMAS PART. COMEST. DE PLANTAS, PREP. O CONSERVEN VINAGRE	8,509		17,790	2,872,890		23,761						10,890																							
0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCOS O SECAS			32,394	310,000						1,720,548																									50,424
0904201020	PAPRIKA EN TROZOS O RODAJAS	6,373,737																																		
0710809000	LAS DEMAS HORTALIZAS EXCEPTO ESPARRAGOS	830,205			217,412																															
0703209000	Los demás ajos, frescos o refrigerados excepto para siembra								1,440,995	59,400			55,200		91,193	164,511																				

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

LEYENDA

PAIS	ABREV.	PAIS	ABREV.	PAIS	ABREV.	PAIS	ABREV.
ESPAÑA	ESP.	PAISES BAJOS	P.BJ.	CHINA	CHIN.	NUEVA ZELANDA	N. ZEL.
BELGICA	BEL.	TURQUIA	TURQ.	COREA SUR	C.SUR	ISRAEL	ISR.
CHILE	CHL.	CANADA	CAN.	C. RICA	C.RICA	ITALIA	ITA.
EE.UU	EE.UU	BRASIL	BRA.	EL SALVADOR	E.SAL.	R. UNIDO	R.UNI.
FRANCIA	FRA.	AUSTRALIA	AUST.	HONG KONG	H.KONG	GUATEMALA	GUAT.
JAPON	JAP	COLOMBIA	COL.	RUSIA	RUS.	R. CHECA	R. CHE.
LIBANO	LIB.	ECUADOR	ECUA.	VIETNAM	VIET.	BOLIVIA	BOL.
MEXICO	MEX.	PANAMA	PAN.	ALEMANIA	ALEM.	E. ARABES U.	E.A.U

Tal como se puede observar, el destino de los principales productos de exportación del sector muestra el siguiente comportamiento:

- **20.05.99.10.00 Alcachofas (alcauciles) preparadas o conservas sin congelar excepto productos PA. 20.06.:** Muestra como principal destino al bloque del NAFTA, a países como Estados Unidos (72%); seguidamente se tiene a la Unión Europea, y resaltan países como España (18%), Francia, Países Bajos y Bélgica; luego los envíos se dirigen a Sudamérica, resaltando Brasil (0.6%) y Chile; Oceanía participa con el país de Australia (0.2%) y en menor medida los envíos a países de Asia como son Turquía y el Líbano. Dichos movimientos se registran en el último año de análisis. Entre las principales empresas que exportaron el producto, son: ALSUR PERU S.A.C., DANPER AREQUIPA S.A.C., AGRICOLA ALSUR CUSCO S.A.C. y CORIO PRODUCE S.A.C.
- **07.03.10.00.00 Cebollas y Chalotes, frescos o refrigerados:** Éste producto podríamos considerarlo como el producto bandera de exportación del sector, ya que a lo largo del periodo siempre se ha mantenido como un producto con gran dinamismo en el mercado internacional, presenta como principal país de destino a Colombia con el 25% y en segundo lugar a España (12%), Estados Unidos aparece en el tercer lugar (8%); en menor proporción se ha logrado exportar a países como Países Bajos, Ecuador, Panamá, Chile. Resalta el incremento de exportaciones a Brasil (2%) favorecido principalmente por el levantamiento de restricciones sanitarias exigidas por dicho mercado, como también la disponibilidad de la carretera interoceánica. Las empresas que exportaron el producto fueron: MIRANDA INTERNACIONAL S.A.C., DIAZ PRODUCE S.A.C., FUNDO AMERICA SAC., COPROIMPEX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, AGROEDSANCOMEX E.I.R.L., ANVESA S.A.C., IMPORT EXPORT AGRICOLA PAKELITH SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, AGROMEL S.A.C., AGROEDSANCOMEX E.I.R.L., AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., SIMONI PRODUCE E.I.R.L., BF FARMS (PERU) S.A.C., IMPORTADORA Y EXPORTADORA AGROTRANSCOMEX E.I.R.L. entre otras. En total se registraron 22 empresas exportadoras del producto en el año 2015.

- **08.06.10.00.00 Uvas Frescas:** Producto emergente que la región Arequipa está exportando a 19 países, dentro de los cuales destaca la participación de Estados Unidos (69%), Países Bajos (10%), China (10%). Así mismo la presencia de países asiáticos (Vietnam, Hong Kong, Corea del Sur) y en Sudamérica (Colombia y Brasil); al igual que en el producto anterior, la presencia de Brasil en el destino de nuestras exportaciones se ve favorecido por el levantamiento de restricciones sanitarias impuestas por dicho mercado y también el poder exportar por la carretera interoceánica. Las empresas que exportaron a dichos países son: FUNDO SACRAMENTO S.A.C., INVERSIONES GASTRONOMICAS S.A.C., AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., GREENLAND PERU S.A.C., FUNDO AMERICA SAC., y CONSORCIO AGRICOLA L&F S.A.C.. En total en el año 2015 exportaron 7 empresas.
- **12.12.29.00.00 Las demás Algas frescas, refrigeradas, congeladas o secas:** Producto que registra exportación los últimos cuatro años de análisis, pero dado su monto de exportación se ubica en el cuarto lugar. Se registra envíos solo a dos países. En primer lugar resalta la participación de China (99.84%) y Chile con apenas el 0.4%. Las empresas exportadoras del producto son: ALMACENAJES AREQUIPA E.I.R.L., GLOBE SEAWEEED INTERNATIONAL S.A.C., MACROALGAS MARINAS DEL SUR SAC y ALGAS MULTIEXPORT DEL PERU S.A.C.
- **08.01.22.00.00 Nueces del Brasil sin cascara frescas o secas:** Producto que muestra un comportamiento exportador sostenido y que por lo tanto su posicionamiento en las exportaciones de la región ha permitido destacarlo sobre los demás. Estados Unidos es el principal país receptor de nuestros envíos y participa con el 60%, luego tenemos a Australia con el 18%, luego a Alemania y Nueva Zelanda. En total solo se registra envíos a 7 países. La única empresa que exporta el producto es EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R LTDA.
- **09.04.20.10.10 Paprika entera:** Partida arancelaria del sector agropecuario que solo registra en el periodo de análisis envíos hasta el año 2011, pero que sin embargo dado los montos de exportación a lo largo del periodo 2010-2015, se encuentra ubicado en el puesto seis. Producto que podríamos considerar el no registrar exportación en los últimos años dado el

requerimiento del mercado exportador en cuanto a su presentación, en cambio se registra movimiento del mismo producto pero en otras modalidades de exportación como son secos, triturados y/o pulverizados. Los principales países de destino fueron: España (78%), México (10%) y Chile (7%), en menor medida Estados Unidos, Brasil y Italia. En total se exportaron a 6 países. Las empresas que registraron envíos son: AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., OPEN WORLD EXPORT SAC, GREENLAND PERU S.A.C., AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER S.R.L., HORTFRUT TRADING SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, AGRI FOOD S.A.C., MC & M S.A., CORPORACION MISKI S.A., IVEX E.I.R.L., AGRI FOOD AGRO S.A.C., entre otras. En total se registra a 20 empresas.

- **10.08.50.90.00 Las demás Quinoa (*chenopodiumquinoa*) excepto para la siembra:** Movimiento de partida arancelaria, que en los últimos años también registra un importante crecimiento y/o permanencia en el mercado internacional, por lo que se podría considerar como otro producto emergente de la región. Así tenemos que sus principales mercados son: Estados Unidos (55%). Israel (8%) y Japón (8%). Vale considerar que este producto en los últimos años registra una mayor participación de mercados internacionales, y que en el último año registro movimientos a 20 países. Las empresas que sobresalen son: PERU WORLD WIDE S.A.C., FUNDO AMERICA SAC., OPEN WORLD EXPORT SAC, ANDES MILLS TRADING S.A.C., EXPORTADORA SAFCO PERU S.A., VILLA ANDINA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, CHEF ESCARGOT AREQUIPA S.A.C., DANPER TRUJILLO S.A.C. entre otras; en total se registraron 27 empresas.
- **09.04.21.10.90 Las demás Paprika (*Capsicum Annum, L*) seca, sin triturar ni pulverizar:** Especie vegetal que registra movimiento en los últimos cuatro años de análisis y en la categoría de seca o deshidratada. Concentra sus envíos solo a 3 países, como: España (77%), Estados Unidos (18%) y Países Bajos (5%). Exportaron las siguientes empresas: AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., EXPORTACIONES SANCHEZ FIERRO SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - SAFEX S.R.L., AGRICOLA CHALLAPAMPA SAC, AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER

S.R.L., PRODUCTS OF VALLEY PERU S.A.C.OPEN WORLD EXPORT SAC, entre otras. En total exportaron 7 empresas.

- **12.12.20.00.00 Algas frescas, refrigeradas, congeladas o secas:** Producto que solo registra envíos en los tres primeros años de análisis, así en el año 2012 se registraron envíos solo al mercado de China y la empresa que exporto fue ALGAS MULTIEXPORT DEL PERU S.A.C.. Este producto agropecuario dejo de exportarse a China, básicamente porque el mercado registra una mayor producción y por ende el no requerimiento del producto. Hasta el día de hoy, no se registra exportación del producto, por lo tanto esperamos que dicha situación se revierta, En todo caso la búsqueda de nuevos mercados o dar un mayor valor agregado al producto, dado que sus usos son múltiples (biocombustibles, industria cosmética, usos medicinales, alimentación humana y como fertilizantes) permitirán no dejar de exportar el producto.
- **07.12.90.90.00 Demás hortalizas, mezclas de hortalizas,cortadas en trozos o rodaj.,tritu.opulv.,sin:** Producto que mantiene supermanencia de exportación a lo largo delos últimos años de análisis, se ubica en puesto decimo con una tasa de crecimiento promedio de 4%. Sus envíos son a países como: Alemania (93%), Guatemala (3%) y Brasil 1%. En el último año se registran envíos a 6 países. Dada descripción comercial, esta partida consigna exportaciones de albahaca, perejil y poro liofilizado. La única empresa que envía el producto es PROCESADORA AGROINDUSTRIAL LA JOYA S.A.C.
- **22.03.00.00.00 Cerveza de Malta:** Producto tradicional de exportación de la región, y que representa el 2.88% a lo largo del periodo de análisis. En cuanto a su descripción comercial, el producto se exporta como cerveza arequipeña en presentaciones de 330 ml, 620 ml y 1100 ml. Solo registra envíos a Chile y lo hace la empresa UNION DE CER. PER. BACKUS Y JOHNSTON S.A.A. Llega el envío por los puertos de Arica e Iquique vía terrestre.
- **20.05.99.90.00 Demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar:** Producto que en el último año solo registra envíos por un monto de US\$ 705.00 por lo que podríamos considerar una muestra comercial; en si

se trata de la exportación de cacao en grano tostado. Su país de destino fue la República Checa y la empresa que exporto CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C. Sin embargo en los años anteriores registra importantes movimientos como por ejemplo en el año 2011 de US\$ 6, 737,434. Esto se debe a que la partida arancelaria en mención engloba a varios subproductos como PIMIENTO ROJO NATURAL, CEBOLLA FRITA EN ACEITE DE GIRASOL, 6/3 KG. LATAS DE PIMIENTO AL NATURAL CHOICE principalmente. Empresas como CONSORCIO PERU - MURCIA S.A.C., OPEN WORLD EXPORT SAC, CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C. resaltan en la exportación. De ahí que podemos concluir que la paprika en su mayoría está cada vez perdiendo mercado.

- **04.02.91.10.00 Leche Evaporada sin azúcar ni edulcorante:** Producto tradicional de exportación, dada la presencia de GLORIA S A y que en el último año registra solo un movimiento de US\$ 46,150; sus envíos fueron dirigidos al mercado de Bolivia y su descripción comercial fue de LECHE EVAPORADA PIL CREMOSA CAJAS POR 48 LATAS C/U. En los años anteriores se registra importantes envíos a Bolivia, en promedio de US\$ 3, 375,905. Este comportamiento podría explicarse dada las inversiones del grupo Gloria en Bolivia (PIL Andina), así como las restricciones que está imponiendo el gobierno boliviano para la importación del producto.
- **22.02.10.00.00 Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, c/adición de azúcar u otro edulcorante:** Tenemos otro producto tradicional que la región exporta en el sector y que se sigue manteniendo en el mercado internacional como lo es Chile (99.91%) y abarcando un nuevo mercado como es Estados Unidos (0.09%). Producto que es considerado según la clasificación nacional de exportaciones dentro del sector agropecuario. En si el producto que se exporta es BEBIDA GASIFICADA KOLA REAL, NECTAR KRIS FRUIT y AGUA CIELO CITRUS; la exportación la realiza la empresa EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.
- **09.04.21.10.10 Paprika (Capsicum Annuum, L) seca, sin triturar ni pulverizar, en trozos o rodajas:** Producto de la categoría de paprika que tuvo como destino solamente a 2 países. Destacando España (99.99%). En si el producto según su descripción comercial corresponde a PIMIENTO

PAPRIKA EN TROZOS, PAPRIKA DERRABADA (BOLA) DE PRIMERA CALIDAD, PIMIENTO PAPRIKA EN TROZOS (CASCARA), Las empresas que exportaron el producto fueron PERU SPICES S.A.C., OPEN WORLD EXPORT SAC, AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER S.R.L. y BIOQUIPA S.A.C. Vale considerar que esta variedad de paprika presenta una mayor regularidad de envíos en el periodo de análisis (2010-2015).

- **20.01.90.90.00 Demás hortalizas, frutas y demás part. comest. de plantas, prep. o conserv. en vinagre:** Partida que engloba a hortalizas preparadas como es la alcachofa en conserva en vinagre y ensalada de alcachofa en conserva en vinagre, registra movimiento a lo largo de los cinco años de análisis y en un monto promedio de US\$ 2, 150,000. Registra envíos a 6 países, de los cuales destaca la participación de Estados Unidos (98%) y en menor medida a Japón, Chile, España entre otros. En los últimos años las empresas ALSUR PERU S.A.C., DANPER TRUJILLO S.A.C. y DANPER AREQUIPA S.A.C., están logrando posicionar mejor el producto en otros mercados como la república de Sudáfrica.
- **08.04.40.00.00 Aguacates (Paltas), frescas o secas:** Producto emergente que la región está logrando exportar y posicionarse en el mercado internacional mediante la variedad PALTAS FRESCAS HASS. En promedio registra movimiento a lo largo del periodo en US\$ 2, 426,000 y cuatro empresas resaltan como: AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., VALENTINA NATURAL FOODS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VALENAT S.A.C., AGROINCA PRODUCTOS PERUANOS DE EXP. SA, y GREENLAND PERU S.A.C. Producto que se envía a Europa (Países Bajos con un 82%), Estados Unidos y Chile. Así mismo destacamos la presencia de nuevos mercados como el mercado de Emiratos Árabes Unidos. La tendencia de este producto muestra un comportamiento favorable para su exportación en los próximos años dado sus altos niveles de producción y/o rendimiento tanto en la región y el país.
- **09.04.20.10.20 Paprika en trozos o rodajas:** Partida que registra movimiento solo en los dos primeros años de análisis con un promedio de US\$ 5,350,000 y envíos a España (99.89%)e Italia; empresas como GREENLAND PERU S.A.C., PERU SPICES S.A.C., AGRONEGOCIOS

INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER S.R.L.OPEN WORLD EXPORT SAC y AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C. Variedad de paprika que al igual que los productos anteriores muestra irregularidad en su exportación. En si esta partida comprende PIMIENTO PAPRIKA DESBINZADO (TROZADO) DE 1ERA CALIDAD.

- **07.10.80.90.00 Las demás Hortalizas excepto Espárragos:** Penúltimo producto de importancia que registra la región en la exportación del sector en los últimos cinco años. Muestra en promedio un movimiento de US\$ 1,590,000 y envíos a España (76%), Estados Unidos e Italia; así mismo considerar una única empresa que envía el producto como es ALSUR PERU S.A.C.. en si según su descripción comercial, esta partida comprende a MITADES DE ALCACHOFA IQF 70-90 SEGUNDA CALIDAD y CORAZONES DE ALCACHOFA IQF 80-110.
- **07.03.20.90.00 Los demás ajos, frescos o refrigerados excepto para siembra:** Ultimo producto seleccionado y en promedio registra un movimiento de US\$ 1,400,000 y sus envíos son dirigidos a Sudamérica (Colombia, Ecuador y Brasil); así como su primer mercado de destino Estados Unidos (80%). En cuanto a su descripción comercial, se exporta como ajos frescos enteros vía terrestre y marítima. En total se registran empresas en número de once, destacando: WHITE LION FOODS S.A.C., CORIO PRODUCE S.A.C., COPROIMPEX SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, AGROMEL S.A.C. entre otras. En su mayoría se exporto por la aduana de marítima del Callao y Tumbes.

Como conclusión podemos observar dentro del comportamiento del sector, que los principales productos en cuanto a representación en su mayoría son productos tradicionales de exportación que la región exporta, de ahí que deducimos su posicionamiento en los principales mercados de exportación; así como también resaltar la variedad de productos de exportación del paprika, el surgimiento y/o posicionamiento de nuevos productos como las uvas, palta y quinua. Ello no significa que sean los únicos productos emergentes de exportación del sector, como lo veremos más adelante. De ahí que podemos comentar que la región Arequipa está incrementando su oferta exportable, pero que aún falta su despegue.

En la siguiente parte clasificaremos a los productos del sector dentro de una subclasificación para tener una idea más clara de las variedades que se están exportando en cada producto.

2.3.3.2.1 Exportaciones por grandes grupos de clasificación

Como observaremos en el Anexo N° 1, se detalla la exportación de todos los productos por cada subsector o subgrupo (en total once subgrupos), dentro de los cuales la región resalta en sus exportaciones. Dentro de esta clasificación y observando el siguiente cuadro, podemos resaltar:

Cuadro N° 23: Exportaciones por grandes grupos de clasificación del sector Agroexportador, periodo 2010-2015 (US\$ FOB)

SUB SECTOR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL	PARTICIPACIÓN	TASA PROMEDIO CRECIMIENTO
HORTALIZAS	67,305,737	88,736,819	71,349,539	53,280,815	52,863,200	49,111,764	382,647,874	55.79%	-6.11%
FRUTAS	5,625,467	9,022,022	14,439,752	22,919,351	30,394,314	30,599,747	113,000,653	16.48%	40.32%
OTROS PRODUCTOS VEGETALES	13,880,908	10,182,215	6,935,916	20,091,447	23,479,788	9,896,270	84,466,544	12.32%	-6.54%
BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRES	4,159,538	7,572,226	14,093,295	9,152,915	5,794,543	5,199,372	45,971,889	6.70%	4.56%
CEREALES	1,434,401	741,607	1,542,590	5,436,021	14,495,887	6,809,394	30,459,901	4.44%	36.55%
ANIMALES VIVOS, PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL	2,494,407	3,161,618	5,720,746	4,164,580	3,111,209	46,150	18,698,710	2.73%	-54.98%
COLORANTES NATURALES	1,778,023	506,602	1,631,395	781,672	87,262	500	4,785,454	0.70%	-80.51%
LEGUMBRES	306,827	1,096,484	274,334	342,384	558,536	268,867	2,847,432	0.42%	-2.61%
OTROS PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	881,695	286,955	361,508	296,133	350,053	399,157	2,575,501	0.38%	-14.66%
FLORES Y PLANTAS VIVAS	0	21,603	79,436	80,385	108,671	30,168	320,262	0.05%	8.71%
GRASAS Y ACEITES DE ANIMALES O VEGETALES	9,637	7,408	27,107	1,731	8,591	9,407	63,881	0.01%	-0.48%
TOTAL	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	102,370,796	685,838,100	100.00%	0.90%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ADEX-Perú.

- **Hortalizas:** Subsector que se encuentra en el primer lugar de exportación con un nivel de participación (periodo 2010-2015) de 56%; sin embargo muestra una tasa de decremento en el orden de 6%. Esto se puede explicar por los menores envíos de paprika en sus diversas presentaciones, así como de las demás hortalizas, aceitunas, ajos, cebollas principalmente. En total se logró exportar en el periodo 38 subpartidas y resaltan productos con gran potencial de exportación como por ejemplo la maca, tomates frescos, hongos del género “agaricus” (alimento funcional), zanahorias, betarragas, coles y que representan en conjunto el 0.19%. Estos productos resaltan en su envío

dado el levantamiento de las restricciones sanitarias impuestas por el mercado de Brasil.

En términos de crecimiento, los productos que muestran un mayor dinamismo y continuidad son: Paprika (*Capsicum annuum*, L) seca, sin triturar ni pulverizar, en trozos o rodajas y aceitunas conservadas provisionalmente, todavía impropias para el consumo inmediato (130.83% y 15.94% respectivamente). En el Anexo N° 1 detallamos dicho comportamiento.

- **Frutas:** Subsector que se encuentra en el segundo lugar de exportación con un 16% de participación, como también en términos de crecimiento (Primer lugar 40%). De ahí que podemos mencionar que estos productos se están consolidando en el mercado internacional. Así tenemos que en total se tiene a 32 productos, de los cuales resaltan en términos de continuidad: Uvas, nueces, paltas, papaya andina en conserva, aguaymanto, granada fresca y mangos. En total representan el 99% del subsector. Ello podemos atribuir, dada la demanda del mercado, calidad de los productos, la ampliación de la frontera agrícola, el levantamiento sanitario de algunos países, así como el nivel de desarrollo de las empresas exportadoras de la región Arequipa. La papaya andina en conserva registra una de las más altas tasas de crecimiento (143%) seguido de las granadas frescas (123%) y las uvas (94%). Productos que dado su descripción comercial, son generadores de altos niveles de empleo y que por lo tanto se propone lograr encadenamientos eficientes que logren su posicionamiento en el mercado internacional.
- **Otros productos vegetales:** Subsector que aparece en el tercer lugar (12% de participación) y una tasa de decremento en el orden de 7%. En total se exportaron 39 subpartidas y resalta la exportación de algas (80%) y harina de trigo (9%). Así mismo resalta el surgimiento de harina de cereales (maca, quinua, trigo) en sus diversas presentaciones, considerando su participación y dinamismo en el mercado internacional. Así tenemos que la harina de maca creció en 474% en sus envíos a mercados como: Canadá, Alemania y Taiwán; empresas como C & C PERU S.A.C., CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C., PACHAMAMA GOURMET S.A. registraron envíos en el último año. Su precio promedio fue de US\$ 19.42, siendo uno de los más altos en el subsector.

- **Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres:** Cuarto subsector, con un nivel de participación de 6.70% y un dinamismo promedio de 4.56% durante el periodo de análisis (2010-2015). Subsector que se consolida en las exportaciones de la región Arequipa y resaltan las exportaciones de cerveza de malta (43% de participación), bebidas gasificadas (36%) y bebidas sin gas (10%); en total representan el 90% del mercado de exportación de éste subsector. Éste último producto también registra la más alta tasa de crecimiento (20%). En total se movieron 12 subpartidas haciendo un total de US\$ 45, 971,889.

Cabe destacar la presencia de productos nuevos de exportación en el subsector, como por ejemplo el Pisco (0.27% de participación). Si bien es cierto se mantiene su exportación a lo largo del periodo; sin embargo, presenta una disminución en su demanda en el orden de 24%, tal como podemos observar en el Anexo N° 1. A nivel nacional, la presencia del Pisco peruano se está fortaleciendo en el mercado mundial, entonces se debe aprovechar dicha coyuntura, ya sea mediante un fortalecimiento empresarial o lograr una asociatividad con miras al mercado internacional. Adicionalmente creemos que se ha reducido su participación dado el poco conocimiento del mercado internacional por parte de las empresas de la región. Su afán de lograr mayores rentabilidades permite no afianzar éste producto en el mercado y optar por producir otros productos como la uva en sí, donde el mercado internacional presenta mejores oportunidades.

En el último año el precio de exportación del pisco en promedio fue de US\$ 8.50 y de la uva de US\$ 3.00.

También rescatamos la presencia de exportación del licor de pasta de cacao en el año 2013, cuyo país de destino fue Finlandia y la empresa que exporto fue Rainforest Herbal Products S.A.C con un valor de US\$ 2,484. Esperamos que estos productos novedosos permanezcan en el mercado internacional dado su precio de US\$ 8.00 en promedio y la existencia de un mercado ya definido para el Perú como es Europa (Reino Unido, Dinamarca. Noruega y Suecia). De ahí la importancia de asesorías en estas empresas en términos de asuntos comerciales, de poder negociar a nivel internacional y todo el proceso de embarque del producto.

- **Cereales:** Quinto subsector de exportación, participa con el 4% y está ubicado en el segundo lugar de crecimiento, en el orden de 37%. En total registra 12 movimientos a lo largo del periodo en análisis, y destacan partidas como: la quinua blanca, roja, pelada y orgánica (82% de participación) y muy de lejos a productos como la kiwicha y el maíz blanco gigante (6% y 5% respectivamente).

Así mismo en términos de dinamismo productos como el maíz “variedad cancha montaña” y maíz “mote” creció en 168% a mercados como España y Estados Unidos en un precio promedio de US\$ 2.00 por kilogramo. Otro producto que resalta es el maíz morado con el 159% de crecimiento y envíos a Ecuador en un monto de US\$ 12,606 con un precio promedio de US\$ 0.63 por kilogramo. Su requerimiento en el mercado mundial es alto dado su gran uso tanto en sus beneficios para la salud como su utilidad industrial. El Perú es el primer país productor de maíz morado en el mundo y tiene como principal comprador a Estados Unidos.

- **Animales vivos, productos del reino animal:** Sexto subsector con el 3% de participación y una tasa de crecimiento promedio negativa de 55% siendo una de las más altas en el periodo de análisis. En total se registran envíos de 5 productos en un monto total de US\$ 18, 698,710. El subsector se concentra principalmente en la exportación de leche evaporada “pil cremosa cajas por 48 latas” (91%) y muestra como único mercado de destino a Bolivia a un precio promedio de US\$ 36 la caja.

También participan productos como huevos de pescado, alpacas vivas y huevos de gallina (9%).

- **Colorantes naturales:** Séptimo subsector de exportación en el orden de 0.70% de participación y una tasa de decremento de 81%. Registra dos productos como es la cochinilla (93%) y la cúrcuma (7%). Vale considerar que la cochinilla a lo largo del periodo registra tasas de disminución hasta el punto que en el año 2015 desaparece en su exportación. Su precio a lo largo del periodo de exportación registra un gran descenso, así en el año 2010 el kilogramo de cochinilla se vendió a US\$ 593.75 y en el 2014 en US\$ 31.50, registrando una disminución promedio de 52%; por lo que podríamos suponer que el bajo precio sea una de las causas en los menores envíos al

mercado internacional, como también el surgimiento de productos sustitutos dado su uso industrial. Sin embargo ello no es preponderante dado sus bajos costos de producción y sus elevados precios a comparación de otros productos del sector para no exportar el producto a nuevos nichos de mercado.

Otro producto del sector es la cúrcuma (seca en trozos) que al igual que la cochinilla registra una reducción en sus exportaciones en el orden de 65%. El principal demandante es España y exportan empresas como: Open WorldExport SAC, C & M AromaticGroup S.A.C., Agronegocios Internacionales S.R.L y AGRINTER S.R.L. En cuanto a su precio de exportación registra al igual que la cochinilla un gran descenso, así tenemos que en el año 2010 su precio fue de US\$ 2.08 por kilogramo y en el 2015 de US\$ 0.10. De ahí que sería una de las causas en su descenso de exportación en los últimos años así como la atomización del producto en pocos mercados. Consideramos en todo caso el poder diversificar los mercados de exportación como Estados Unidos, Suiza, Costa Rica y China (principales demandantes del producto) así como también cumplir con los requisitos exigidos por dichos mercados.

- **Legumbres:** Subsector que aporta el 0.42% de las exportaciones del sector a una tasa promedio de crecimiento de -2.61% siendo el subsector que menos decreció en los últimos años. En total se exportaron 10 subpartidas y destacan productos como: habas, haba caballar y haba menor excepto para siembra (32%), habas congeladas (22%) y frijol “castilla” (22%). Mercados que demandaron fueron: Estados Unidos, Chile, España, Francia. Este subsector ofrece grandes posibilidades de crecimiento dado las negociaciones que el país está realizando con Turquía, India y la región euroasiática y que por su cultura tienen a las legumbres como principal fuente de proteínas en su alimentación.
- **Otros productos de la industria alimentaria:** Subsector que participa con el 0.38% y una reducción en su crecimiento de 15%. En total se registra movimientos de 37 subpartidas y un monto de US\$ 2,575,501 en el periodo de análisis. En su comportamiento, resaltan las exportaciones de afrecho de trigo (42%), productos naturales de infusión (uña de gato, sachá inchi, hercampuri, camucamu, chancapiedra, boldo, eucalipto, etc.) con una

participación de 29% y demás pastas alimenticias (espagueti) con el 7%. Si bien es cierta no está en los tres principales productos del subsector, sin embargo, vale la pena resaltar la exportación de chocolate de cacao en sus diversas presentaciones a mercados como Bolivia y Reino Unido.

- **Flores y plantas vivas:** Penúltimo subsector en grado de importancia con el 0.05% y una tasa de crecimiento de 9%. En total se registra 10 movimientos de éste subsector, resaltando las exportaciones de: Gladiolos con el 36% de participación y una regularidad en sus movimientos comerciales, seguidamente se tiene la exportación de crisantemos frescos con un 28% y un dinamismo de 32% siendo una de las más altas. Finalmente se tiene los envíos de rosas frescas con un 17% de cobertura y una tasa de crecimiento de 5.50%. El mercado que demanda al momento estos productos es Chile, acaparando el 100% de las compras y la empresa que los envía es Flores Pétalos S.R.L. Vale considerar el potencial que se tiene en este subsector, dada la gran demanda que existe en mercados como Estados Unidos, España y Francia. Por lo tanto se sugiere incentivar las inversiones privadas, especialmente en zonas alto andinas para aprovechar su clima y así destinar una mayor proporción de áreas de cultivo a estos productos. Como por ejemplo se puede considerar los beneficios tributarios que el gobierno brinda a través del programa de sierra exportadora a las empresas que invierten a una determinada altitud. Y en un futuro poder competir con países vecinos como Ecuador y Colombia donde sus áreas destinadas a los cultivos de flores es hasta 6000 hectáreas.
- **Grasas y aceites de animales o vegetales:** Ultimo subsector que solo contribuye a las exportaciones del sector en un 0.01% y una tasa de decremento de 0.48%. La región solo exporto cuatro partidas arancelarias en el periodo de análisis, destacando los envíos de aceite de sésamo (ajonjolí) con un 72% de participación y un nivel de decremento en el orden de 10%. En segundo lugar se tiene los envíos de las demás grasas y aceites animales o vegetales y sus fracciones, cocidos, oxidados, deshidratados con el 14% de participación y una dinámica en su exportación de 272%. Ambos productos se dirigen a mercados de Centro América (Costa Rica) y Ecuador. Empresas como MAKE A DEAL S.A.C y CRUBHER S.R.L. realizan envíos a éstos

mercados. En total se registró un valor de exportación a lo largo del periodo de análisis de US\$ 63,881.

2.3.3.2 Priorización de productos con mayor potencial exportador agrícola

Del anterior análisis, podemos priorizar una selección de productos con gran potencial en la región; es decir, la posibilidad de que la mayoría de las provincias empiecen a contribuir al crecimiento exportador del sector y por ende de la región Arequipa.

En todos los casos el mercado fue el eje de análisis de cada producto, a partir del cual se revisa el desarrollo del país y de la región para tener una idea de la competitividad de ésta última, la oferta productiva actual; y, dependiendo del sector, la infraestructura productiva existente y el nivel de productividad alcanzada.

En el sector agrícola se identificó una lista de productos con potencial para ser priorizados. El mapeo abarcó a todas las provincias de la región y se utilizaron los siguientes criterios de análisis:

- Mercado mundial
- Desarrollo exportador nacional
- Desarrollo exportador regional
- Oferta productiva actual
- Superficie cosechada
- Rendimiento
- Ranking de producción (competitividad respecto a otras regiones del país)

Cuadro N° 24: Principales productos priorizados según criterios de selección

Provincia	Producto	Exportaciones Mundiales (miles de US\$ FOB) 2015 (1)	Exportaciones Nacionales (US\$ FOB) 2015 (2)	Exportaciones Regionales (US\$ FOB) 2015 (3)	Participación en las exportaciones Nacionales	Oferta productiva (TM) 2015 (4)	Superficie cosechada (Has) 2015 (4)	Rendimiento (TM/Ha) 2015 (4)	Ranking de Producción Nacional 2015 (4)
AREQUIPA	Flores	2.956.680	8,567,699.94	2,817	0.03%	88.03	8	11	8
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Alcachofa	3.281.704	89,209,167.98	20,170,015	22.61%	30085	1346	22.4	1
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, CONDESUYOS	Cebollas	3.210.372	63,009,070.20	12,277,890	19.49%	438323	9147	48.06	1
AREQUIPA, CAYLLOMA, ISLAY	Paprika Seca	1.395.434	51,833,916.39	2,099,573	4.05%	1778	289	6.23	6
SIN INFORMACIÓN	Maca	425.875	6,909,099.05	302,620	4.38%	267	151	1.8	5
AREQUIPA, CAMANA, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, CONDESUYOS	Tomates	8.410.054	15,737,002.37	17,624	0.11%	36.25	724	48.57	3
AREQUIPA, CAYLLOMA	Zanahorias	1.222.173	35,130.64	25,765	73.34%	49150	1098	44.8	1
AREQUIPA, CAMANA, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION	Ajos	2.486.945	6,180,513.27	1,811,299	29.31%	60500	4257	14.63	1
CAMANA, CARAVELI, ISLAY	Aceituna	1.686.478	24,835,872.83	930,594	3.75%	29379	3616	8.67	2
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION, CONDESUYOS	Papas	2.556.265	91,884.84	31,283	34.05%	312606	8763	34.59	5
SIN INFORMACIÓN	Hongos del genero Agaricus	57.204	166,734.21	35,808	21.48%				
AREQUIPA, CARAVELI, CASTILLA, LA UNION, CONDESUYOS	Habas	400.926	4,355,542.54	146,433	3.36%	7464	1141	6.5	2
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION	Frijoles	578.606	21,543,939.12	598,559	2.78%	8271	4760	1.85	3
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION, CONDESUYOS	Uvas	7.770.397	700,385,203.08	17,682,114	2.52%	22997	1117	22.96	5
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION, CONDESUYOS	Paltas	3.363.507	303,070,153.46	2,098,887	0.69%	12811	762	16.8	6
AREQUIPA, CAYLLOMA	Fresas	899.369	12,760,260.94	35,579	0.28%	29	3	9.8	5
CAYLLOMA	Aguaymanto	747.592	2,012,692.78	16,300	0.81%	15	4	3.7	7
CAYLLOMA, ISLAY	Granada	3.306.924	31,349,475.81	1,144,987	3.65%	52	7	4.5	5
CASTILLA	Mangos	2.134.251	195,832,619.11	2,400	0.00%	153	12	12.7	21
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION, CONDESUYOS	Quinua	723.558	143,105,717.82	6,657,590	4.65%	33193	8109	4.1	2
CAYLLOMA, LA UNION	Kiwicha	723.558	1,208,064.41	35,427	2.93%	528	165	3.2	2
AREQUIPA, CASTILLA, ISLAY, LA UNION	Maíz morado	25,794.958	1,067,315.91	12,606	1.18%	1341	264	5.1	4
SIN INFORMACIÓN	Harina de cereales	384.345	1,096,657.84	67,876	6.19%	9	10	0.9	3
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Pisco	6.015.862	8,189,386.17	7,620	0.09%	600,000 LITROS			3
SIN INFORMACIÓN	Curcuma	192.12	1,319,304.01	500	0.04%				
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Cochimilla	1.076.139	1,296,207.39	49,093	3.79%	64	35	12.8	2
SIN INFORMACIÓN	Productos naturales de Infusión	31.619.705	1,250,656.47	247,843	19.82%				
AREQUIPA	Oregano	2.623.828	10,196,201.07	508,842	4.99%	3232	680	4.8	2
AREQUIPA, CASTILLA, CONDESUYOS	Maíz "variedad cancha montaña" y maíz "note"	25,794.958	3,342,480.38	27,381	0.82%	23.95		17.73	
CAYLLOMA	Mandarinas	4.564.679	60,058,812.76	35,943	0.06%	112	13	10.7	7

Fuente: Elaboración propia en base a datos de TRADEMAP, MINAGRI, SUNAT, ADEX

NOTA:

(1): Valores (miles de dólares FOB) según TRADEMAP. Según su clasificación arancelaria, la mayoría no necesariamente muestran los montos reales de transacción dado que solo considera los seis primeros dígitos.

(2): Valores (US\$ FOB) según SUNAT. Movimientos de exportación que en algunos productos considera la exportación no necesariamente del año 2015, dado que se tuvo que comparar con las exportaciones de la región (las cuales registran últimos movimientos en 2012, 2013 o 2014).

(3): Valores (US\$ FOB) según ADEX. Movimientos de exportación de la región que en algunos productos considera la exportación no necesariamente del año 2015, dado que se registran últimos movimientos en 2012, 2013 o 2014.

(4): Valores (US\$ FOB) según MINAGRI. Movimientos de producción, rendimiento y superficie cosechada de la región que en algunos productos no se muestra datos dada la falta de información de la institución correspondiente.

Como observamos en el cuadro anterior, en el último año de registro de las exportaciones de los productos potenciales, 10 productos mantienen una participación a considerar respecto a las exportaciones nacionales, por ejemplo tenemos a las zanahorias con una participación del 73%, luego tenemos a la papa con el 34% y los ajos con el 29%, por mencionar los tres principales. A nivel de rendimientos, según FAOSTAT, los rendimientos de estos productos están casi a la par con los rendimientos mundiales.

Respecto a su nivel de ubicación en cuanto a la producción, estos productos se encuentran en primer lugar a nivel nacional, por lo que la oferta productiva sería un factor importante para consolidar la exportación de estos productos en la región.

Cabe hacer resaltar, la falta de información estadística local en indicadores de producción en productos como la cúrcuma, productos naturales de infusión y los hongos del genero agaricus por parte de la Gerencia Regional de Agricultura de Arequipa.

Pasaremos a detallar algunos indicadores relevantes de los productos priorizados.

- **Alcachofa:** Producto de gran demanda en el mercado internacional y con grandes perspectivas de exportación de la región, dado su gran adaptabilidad al clima de la región.
 - Mercado Mundial: Actualmente, existe un amplio mercado mundial en crecimiento en EE.UU, Unión Europea, Asia y Sudamérica; como ya indicamos anteriormente.
 - Mercado Nacional: Existe un mercado local en fresco y en la industria para la producción de conservas en sus diversas formas de presentación que luego se exporta

- Desarrollo exportador: La región exporta alcachofa directa e indirectamente (desde el año 2007 a la fecha)
 - Oferta Productiva: Existe una oferta productiva creciente desde el año 2005. Empezó con 52 has y a la fecha se tiene áreas sembradas de 904 has. A la fecha, la región se ubica en el primer lugar a nivel de oferta productiva.
 - Actores: Existen cadenas productivas en Arequipa, Castilla y Caylloma y en 2006, seis empresas inversionistas se instalaron en la región para promover el cultivo, como: DANPER AREQUIPA S.A.C. y ALSUR PERU S.A.C.
- **Páprika:** Producto que en los últimos años muestra una tendencia decreciente de exportación del país, dado el surgimiento de productos sustitutos y el incremento de países competidores.
 - Mercado Mundial: Existe un mercado mundial que aún se mantiene y el Perú es el cuarto país exportador de páprika después de India, China y España con un 7% de participación.
 - Mercado Nacional: La páprika se utiliza en la industria de alimentos como colorante natural (embutidos) y como condimento gastronómico.
 - Desarrollo exportador: Los principales países de destino son España, EE.UU y Países Bajos.
 - Oferta Productiva: Existe una oferta productiva desarrollada, donde la región es la sexta productora a nivel nacional de los géneros capsicum.
 - Actores: Existe actualmente un total de 229 has de superficie cosechada, las cuales están en manos de pequeños productores con 5 ha en promedio.
 - **Ajos:** Producto que la región produce en niveles de rendimiento por encima del mercado (14,000 kg /Ha).
 - Mercado Mundial: Presenta un mercado mundial en crecimiento, el cual en el año 2015 fue de US\$ 2.486,945 millones.
 - Mercado Nacional: Consumo fresco y para la industria de sazonadores.
 - Desarrollo exportador: La región exporta ajos a México, Ecuador, Colombia, Brasil y Países Bajos.

- Oferta Productiva: Presenta una oferta productiva creciente, la cual se ha incrementado en forma anual en promedio de 12% entre los años 2010 y 2015.
- Actores: Hasta el último año de análisis existen aproximadamente 4 mil hectáreas de superficie sembrada. En total se tiene a 20 empresas que invierten en este producto, las cuales se dedican a la exportación.
- **Orégano:** En el momento, existe una tendencia creciente de consumo de orégano. Su consumo directo del producto es en la industria alimentaria, farmacéutica, cosmética, perfumería, industria fitosanitario, entre otros.
 - Mercado Mundial: Las exportaciones de orégano se incrementan debido a que esta hierba aromática es transformada en el extranjero en aceite de orégano, producto que es altamente demandado en el mercado internacional.
 - Mercado Nacional: El principal comprador es la industria de alimentos y sazonadores como hierba aromática.
 - Desarrollo exportador: Los mercados de Europa, América Latina, son los principales consumidores del producto, como sazonador aromático para la preparación de diversas comidas, una de ellas la conocida "Pizza", otros usos son las gomas de masticar o chicles, jarabes medicinales, esencia de perfumes etc. La región exporta orégano, siendo sus principales mercados de destino Alemania, Países Bajos, Italia, Colombia, Brasil, Chile y Bélgica.
 - Oferta Productiva: En el último año de análisis, la región se encuentra en el segundo lugar de producción a nivel nacional después de Tacna. Sin embargo muestra el más alto rendimiento a nivel nacional (4.8 Tm/Ha).
 - Actores: Al 2015 existen un total de 65 has de superficie sembrada dedicadas al cultivo de esta hierba aromática. Y cosechadas 762 Has.
- **Aceitunas:** Este producto se consume en forma masiva a nivel mundial en sus diversas presentaciones. Así tenemos que su *“consumo mundial de aceitunas de mesa se ha multiplicado por 2,8 durante los últimos 25 años, incrementándose un 173% durante el periodo que va de la campaña 1990/91 a la 2015/16, según*

*el Consejo Oleícola Internacional (COI), logrando el mayor volumen en esta última*⁸.

- Mercado Mundial: Las exportaciones mundiales del olivo se registran en diferentes partidas según su presentación; así tenemos Aceitunas Preparadas o Conservadas, Sin Congelar (P.A. 2005700000), Aceitunas Conservadas Provisionalmente, Todavía Impropias El Consumo Inmediato (P.A. 0711200000), Aceitunas Preparados o Conservados En Vinagre o Acido Acético (P.A. 2001901000), Aceitunas, Frescas O Refrigeradas (P.A. 0709920000); de las cuales resalta la exportación de la primera partida en mención durante los años de análisis y alcanzando un movimiento comercial de US\$ 5,356,987, tal como se mencionó anteriormente.
- Mercado Nacional: Se ofrecen en el mercado nacional y regional como aceituna, fruto del olivo; así como aceite de oliva.
- Desarrollo exportador: La región exportó un total de US\$ 6,550,339 en lo que fue el periodo de análisis en sus diversas partidas arancelarias, siendo sus principales mercados de destino Brasil, Estados Unidos, Ecuador, entre otros.
- Oferta Productiva: Es la segunda región productora de olivo a nivel nacional con una participación del 26.6%.
- Actores: Al 2015 existen 3,945 ha de superficie sembrada disponibles a la producción de olivo; la provincia de Caraveli concentra el mayor número de hectáreas cultivadas de olivo.
- **Cebolla:** La cebolla es producto ampliamente extendido en todos los países del mundo. Ello se debe a la existencia de numerosas variedades, las cuales se fueron adaptando a sus diversos climas de los países. Su producción es una de las más representativas dentro del rubro “hortalizas”. Se destina de manera usual al consumo directo, mientras que una mínima proporción es usada en el sector industrial, principalmente en la elaboración de productos deshidratados y para su conservación en vinagre.

⁸ Fuente: <http://www.agronegocios.es/el-consumo-mundial-de-aceitunas-de-mesa-se-multiplica-por-28-en-los-ultimos-25-anos/>

- Mercado Mundial: Las exportaciones mundiales de cebollas frescas en el año 2015 fueron de US\$ 3,210,372 millones según TRADEMAP.
 - Mercado Local: su expendio en el mercado regional y nacional es básicamente en estado fresco.
 - Desarrollo exportador: Las exportaciones fueron de US\$ 12,277,890 siendo sus principales mercados de destino Estados Unidos, Panamá, España, Brasil, Colombia, Chile, entre otros.
 - Oferta Productiva: La región es la primera zona productora de cebollas a nivel nacional, con niveles de rendimiento hasta 50 tm/ha.
 - Actores: Al 2015 existen 9,147 ha de superficie cosechada obtenidas de los cultivos dedicados a la cebolla.
-
- **Maíz morado:** El Perú es uno de los principales productores en el mundo seguido por Argentina, Bolivia, China, Brasil, México, Francia, etc, cuya materia prima es utilizada para la producción de colorantes sintéticos. El mercado de China tiene una producción importante de maíz morado, este tiene menor concentración de pigmento que el peruano. En cuanto a colorantes de maíz morado; Venezuela también lo produce, los precios son similares, la cantidad es determinante, sobre todo cuando se emplea como insumo de la industria alimenticia. En cuanto a sus usos, el producto se utiliza básicamente en la industria alimenticia farmacéutica, industria cosmética e industria textil.
-
- Mercado Mundial: Existe un mercado internacional creciente, donde su uso se está generalizando en sectores como la industria farmacéutica y la industria textil.
 - Mercado Nacional: Existe demanda en el mercado nacional y regional, siendo utilizado como un colorante natural.
 - Desarrollo exportador: A nivel de la región, su valor de exportación aun es insignificante, lográndose exportar en el periodo de análisis US\$ 15,308 al mercado de Ecuador.
 - Oferta Productiva: Existe una oferta productiva registrada al año 2015 con 1341 Tmy un rendimiento de 5 Tm/Ha. A nivel nacional la región se encuentra en el puesto 4.

- Actores: Al 2015 existen 264 ha de superficie cosechada obtenidas de los cultivos dedicados al maíz morado.
- **Frijol:** Producto que se comercializa en poca magnitud a comparación de otros granos del mismo sector como el maíz y el arroz; de ahí que sus exportaciones y/o importaciones sean minoritarias. Sin embargo el precio de exportación peruano está por encima del promedio mundial (Perú US\$FOB 1.47; Mundo US\$ FOB 0.79).
 - Mercado Mundial: Existen un mercado internacional cautivo, donde este cultivo se exporta en el mundo como fresco, en conservas y congeladas, siendo las exportaciones mundiales del frijol en fresco en el año 2015 igual US\$ 578,606 millones.
 - Mercado Nacional: Existe demanda en el mercado local y regional.
 - Desarrollo exportador: La región exporta frijoles, bajo las siguientes partidas: Frijol Castilla (P.A. 0713399200), Frijol Canario (P.A. 0713339200), Los Demás Frijoles (Fréjoles, Porotos, Alubias, Judías) Salvajes o Caupí (Vignaunguiculata (P.A. 0713359000), Los Demás Frijoles Comunes (P.A. 0713339900) y Frijoles De Las Espec. Vignamungo(L) Hepper o Vigna Radiata(L) Wilczek, Excep. P La Siembra (P.A. 0713319000). Siendo sus mercados de destino: Turquía y Estados Unidos,
 - Oferta Productiva: La región presenta una oferta productiva de 8,271 toneladas en lo que fue el año 2015 y se encuentra ubicado en el puesto tres a nivel nacional en producción, con capacidad para atender tanto al mercado local como internacional.
 - Actores: Existe un significativo número de hectáreas dedicadas a la cosecha del frijol en la región, siendo estas al año 2015 de 4,760 has. Se cultiva en las provincias de Arequipa, Camana, Caraveli, Castilla, Caylloma y la Unión.
- **Cochinilla:** Según ADEX, la cochinilla es el colorante natural más importante que el Perú exporta y su modalidad de producto es el carmín, con una participación de más del 90% del mercado mundial, de ahí que somos el primer país exportador del producto.

- Mercado Mundial: La demanda mundial de la cochinilla y del carmín de cochinilla es creciente, siendo las exportaciones mundiales de “cochinilla”⁹equivalentes a US\$ 1,076, 139 millones con una tasa de crecimiento del 2011 al 2015 de 5% en cantidad y 3% en valor.
- Mercado Nacional: Existe una demanda local en las industrias de condimentos, siendo la cochinilla la materia prima para la elaboración del carmín de cochinilla.
- Desarrollo exportador: La región exporta cochinilla, en dos formas de presentación como la cochinilla misma y como carmín de cochinilla. Siendo los mercados de destino Argentina y Alemania principalmente.
- Oferta Productiva: Existe oferta productiva, la cual es mínima. Según el MINAGRI-Arequipa, su producción al 2015 fue de 64 toneladas y una superficie cosechada de 35 Has con niveles de rendimiento de 13 Tm/Ha. También se produce en Nazca, Ayacucho, Apurímac y Huancavelica
- Actores: La cochinilla en la región se produce en la provincia de Arequipa, Castilla y Caylloma. Principales empresas de exportación son: CHASKA AGROINDUSTRIAL S.A.C. EXPORTS E Y M S.A.C. y ILF AGROINDUSTRIAL E.I.R.L.
- **Palta:** El Perú en corto tiempo se viene consolidando como un importante proveedor, generado principalmente por los períodos de contra estación, en las que ingresa al mercado internacional y el poder competir con México, y así ingresar a mercado como EEUU y la UE.
 - Mercado Mundial: Existe un mercado mundial desarrollado. México es el principal productor mundial. Las exportaciones mundiales al 2015 alcanzan los US\$ 3,363,507 millones y el país se encuentra en el tercer lugar de exportación a nivel mundial después de México y Países Bajos.
 - Mercado Nacional: En su mayoría se consume en estado fresco, el consumo industrial es limitado.

⁹ Información proporcionada por TRADEMAP, la cual se tiene una descripción general del producto a nivel de 6 dígitos, la cual no necesariamente corresponde al producto en mención, pero sin embargo nos brinda una idea del movimiento de la partida.

- Desarrollo exportador: La región ha logrado consolidar su exportación en los últimos años (tercer lugar de exportación en el rubro de frutas), siendo sus principales mercados de destino los países de Países Bajos, Chile, Emiratos Árabes Unidos y EE.UU.. Participa en las exportaciones nacionales en un 1% al 2015.
- Oferta Productiva: Su oferta productiva al 2015 es de 12,811 Tm, ubicándonos a nivel nacional en el puesto seis a nivel de producción, con niveles de rendimiento de 17 Tm/Ha y una área cosechada de 762 Has.
- Actores: Existe un mayor interés de empresas de la región de entrar a producir palta y más aún en lograr asociarse para exportar una mayor cantidad según el requerimiento del mercado internacional como por ejemplo la Asociación de Productores de Agroindustrial Siguanay – PRASIMEX (Caylloma, Arequipa). En el último año se registraron exportaciones de empresas como AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., AGROINCA PRODUCTOS PERUANOS DE EXP. SA y GREENLAND PERU S.A.C. El palto se produce en las provincias de Arequipa, Camana, Caraveli, Castilla, Caylloma, La Unión y Condesuyos.
- **Papa:** La papa que más se consume en el mercado internacional es la híbrida o moderna, entre las que sobresalen las variedades: Canchán, Yungay, Perricholi, Única, Serranita, Andina, entre otras. Su consumo mundial es elevado. Según el Ministro de Agricultura, *"Perú produce 4.6 millones de toneladas métricas, seguido de Brasil (3.5 millones), Colombia (2.13 millones), Argentina (2 millones), mientras en el mundo nuestro país ocupa el 14 lugar, que lideran India, Rusia y Ucrania"*
 - Mercado Mundial: En la mayoría de países, se exporta como papas cortadas para freír. En las exportaciones de la región, estas se exportaron en sacos de 35 Kg.
 - Mercado Nacional: Depende de la variedad para determinar destino. En su mayoría se destina la producción hacia la capital del país, y como efecto rebote se envía a las demás regiones. Su consumo es fresco.

- Desarrollo exportador: La región registra exportaciones en el año 2013 y 2014 por montos de US\$36,000 y US\$ 31,283 al mercado de Bolivia y Brasil. Participa en las exportaciones nacionales con el 34%.
- Oferta Productiva: Existe y es importante para las zonas de mayor altura de la región, se puede desarrollar la de papas nativas. En el último año tuvo una oferta productiva de 312,606tm en un área cosechada de 8,763has. La región se encuentra ubicada en el puesto cinco a nivel nacional en producción.
- Actores: En su mayoría son productores pequeños con cultivos de subsistencia, pero que sin embargo están logrando uniformizar el producto al mercado internacional. La papa se produce en toda la región Arequipa, y destaca la presencia de empresas como: NEGONEX S.A.C., FUNDO AMERICA SAC., WHITE LION FOODS S.A.C. y HOREB E.I.R.L.
- **Maíz choclo:** Las expectativas de consumo mundial se estiman a la alza, para totalizar 976.7 millones de toneladas en 2014/15, de las cuales 61.4 por ciento corresponde a consumo forrajero¹⁰ y el restante 38.6 por ciento a consumo humano, industrial y semilla. Para el siguiente ciclo, USDA estima un incremento de 0.6 por ciento en el consumo mundial total, impulsado por crecimientos de 0.5 por ciento en el consumo forrajero y 0.7 por ciento en el consumo humano, industrial y semilla.
 - Mercado Mundial: Para autoconsumo y en menor proporción para el uso industrial. Las exportaciones mundiales alcanzan US\$ 25,794,958 millones.
 - Mercado Nacional: Consumo en fresco y en menor medida industrial.
 - Desarrollo exportador: La región exporta en sus diversas variedades así como en forma de orgánico (maíz cancha montaña y maíz mote), alcanzo un monto de US\$ 27,381 a mercados como España y Estados Unidos. Participa con el 0.82% de las exportaciones nacionales.
 - Oferta Productiva: Existe una oferta productiva cuya calidad puede mejorarse. En términos estadísticos no existe información de producción de las variedades mencionadas.

¹⁰ Fuente:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/61952/Panorama_Agroalimentario_Ma_z_2015.pdf

- Actores: Extensiones de tamaño pequeño donde según información de la Gerencia de Agricultura, se encuentra áreas destinadas al cultivo del producto en la provincia de Arequipa, Castilla y Condesuyos. Como observamos es un producto potencial con gran mercado pero que sin embargo falta de una información formal para la toma de decisiones.
- **Uvas:** El comercio de uva en los mercados internacionales se ha ido incrementando paulatinamente durante cada año, la existencia de un grupo selecto de consumo permite que su demanda internacional vaya en aumento, y ello también se explica por el alto consumo de sus derivados como los vinos. En sus exportaciones, Chile y EE.UU. son los principales proveedores a nivel mundial, sin embargo Perú no se queda atrás. El Perú rápidamente ha logrado subir nueve posiciones en el ranking de exportadores mundiales, y espera desplazar al mercado de Estados Unidos e italiano para posicionarse como el segundo proveedor más importante del mundo en el 2016. En cuanto a su estacionalidad, las temporadas¹¹ de los tres grandes países exportadores difieren. En el hemisferio norte, la producción de uva se da entre los meses de Julio y marzo, mientras que en hemisferio sur se da todo el año, variando la producción dependiendo del país productor. Para el mercado europeo, Sudáfrica, Chile y Perú son los mayores exportadores desde Navidad hasta mediados de Abril (finales de Marzo y comienzos de Abril), pero India, Egipto e Israel están tratando de crear sus propios nichos para finales de Abril hasta mediados de Julio, junto con México y Jordania. Generalmente, la temporada de importación comienza a finales de Noviembre o comienzos de Diciembre (donde abastecen Namibia, Chile y Sudáfrica). En Mayo, los productos de California (EE.UU) y Brasil llegan al mercado, seguidos por Egipto e Israel en Junio y Chipre en Julio. Para finales de Julio, España e Italia comienzan a exportar sus productos. Según el Ing. Luis Rodriguez Begazo de la empresa Grape Fields SAC, los factores que influyen en su producción *“Se tienen escenarios distintos para los dos productos actuales, en el caso de la uva debido a que una vez que se inicia la producción de la misma, la planta tiene una vida útil de quince años, así que la producción se da de forma*

¹¹ Fuente: <http://www.victormondragon.com/2015/01/estabilidad-en-el-comercio-mundial-de.html>

anual e ininterrumpida, no obstante los factores que influyen en la producción son: el clima, que si bien es estable en Majes, se pueden dar variaciones importantes esporádicamente, como las presencia del fenómeno “El Niño” el cual puede incrementar la temperatura, y a su vez generar sobrecostos para contrarrestar sus efectos, además de afectar la calidad del producto; la mano de obra; la disponibilidad de agua; la falta de planificación de la producción, la cual no tiene apoyo del ministerio de agricultura; la poca disponibilidad de información del sector agrícola, que puede generar exceso de oferta en el mercado, en consecuencia, perdida para el agricultor por no poder competir con los precios bajos establecidos en por el mismo mercado. Adicional a los factores que influyen en la producción, al momento de exportar es muy importante el tipo de cambio”.

- Mercado Mundial: Creciente con gran dinamismo de permanencia en el mercado. Países como Chile y Italia son los que participan en una mayor proporción en las exportaciones mundiales; así como Estados Unidos en las importaciones y Países Bajos, Reino Unido, Alemania y China entre los más importantes.
- Mercado Nacional: Consumo en fresco.
- Desarrollo exportador: La región exporto un monto significativo en US\$ 17,682,114 participando con el 3% de las exportaciones nacionales en el año 2015 a países ubicados en Asia, Estados Unidos, Centro América y Brasil. Según el Ing. Luis Rodriguez Begazo de la empresa Grape Fields SAC, comenta *“Los principales problemas que podrían afrontarse, se darían si acaso no se cumplieran a cabalidad con los procesos y estándares de calidad requeridos en cada etapa del proceso de producción y entrega al cliente, lo cual generaría un daño al producto, generando diferentes problemas y consecuencias para cada participante de la cadena de valor.*

En el caso del productor, debe cumplirse con colocar todos los aditivos y materiales necesarios para garantizar la calidad del producto y el tiempo de vida que debe tener para llegar al punto de entrega.

En el caso de la planta procesadora, se debe dar una correcta selección de productos.

En cuanto al exportador y la operación logística que debe realizarse para entregar el producto en el destino, deben evitar que se interrumpa la cadena de frío la cual ya viene desde el campo.

Una medida de protección ante estos posibles problemas, es la contratación de un seguro”.

- Oferta Productiva: El mercado local se encuentra en una tendencia de producción de uva de mesa destinada exclusivamente para el mercado internacional, de ahí el incremento de áreas sembradas y cosechadas de uva. Dejando por un momento el crecimiento de la producción de uva con destino a la elaboración de Pisco y Vinos. Al 2015 se tiene una producción de 22,997 toneladas con niveles de rendimiento de 23 ton/ha. La región Arequipa se encuentra en el puesto cinco a nivel nacional en términos de producción.
- Actores: Existen un total de 1,117 ha de superficie cosechada, dedicadas al cultivo de la vid, con una tasa de crecimiento en promedio anual de 24%. Se siembra en las provincias de Arequipa, Camana, Caraveli, Castilla, Caylloma, la Unión y Condesuyos. Se ha logrado estandarizar el producto en términos de calidad y seguridad alimentaria a través de certificaciones como el certificado GLOBAL GAP (GoodAgriculturalPractices) obtenida por La Asociación de Fruticultores Agromisti La Joya. Destacan inversionistas como: AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., FUNDO SACRAMENTO S.A.C., GREENLAND PERU S.A.C., INVERSIONES GASTRONOMICAS S.A.C., CONSORCIO AGRICOLA L&F S.A.C. entre otras.
- **Kiwicha:** La información del producto se debe de tomar de manera referencial, dado que presenta una partida específica. El mercado internacional la clasifica dentro de los cereales, por lo que sus datos estadísticos serian sobredimensionados. En términos generales los consumidores extranjeros están cada vez tomando conciencia de su salud, de ahí que los alimentos con mayor contenido de ingredientes naturales y pocos saborizantes artificiales sigan creciendo en su demanda internacional, por lo que la kiwicha tiene un gran potencial de consumo.

- Mercado Mundial: A nivel mundial al 2015 se ha exportado en un monto de US\$ 723,558 millones. Perú destaca como primer país exportador seguido de Bolivia.
- Mercado Nacional: Es utilizado por el poblador peruano, especialmente de la zona andina como un alimento nutritivo y en la industria se usa en la elaboración de cereales como el kiwigen.
- Desarrollo exportador: Se exporta y se buscan nuevos mercados como el canadiense. La región exporto al 2015 US\$ 35,427 y participa en las exportaciones nacionales con un 3%. Destina sus exportaciones a mercados como Costa Rica, Italia, Brasil, Japón, Alemania, Estados Unidos y Singapur.
- Oferta Productiva: Existe una oferta productiva de 528tm en una área cosechada de 165 has.
- Actores: Existe una oferta con gran potencial en las zonas andinas, las cuales son de producción orgánica. Se produce en las provincias de Caylloma y la Unión. Inversionistas como PERUVIAN NATURE S & S S.A.C., APROPLAME, ANDES MILLS TRADING S.A.C., A.PROD.DE CULT.ORGANICOS PROV.UNION-COT., INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C. entre otras.
- **Quinua:** La quinua en el País cuenta con ventajas en términos de comparación que otros países no poseen, por ejemplo, se cultiva y cosecha en la zona costa, a nivel del mar, lo que amplía el área agrícola para este cultivo incaico. El Perú en la actualidad es el principal productor y exportador mundial de quinua según TRADEMAP. Así mismo podemos mencionar que de acuerdo a in formación estadística, confirmamos que la quinua en los últimos años ha experimentado un crecimiento exponencial de la producción y exportación de quinua, superando a cualquier otro país.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial se ha logrado exportar un monto de US\$ 723,558 millones. Perú destaca como primer país exportador seguido de Bolivia.
 - Mercado Nacional: Existe un mercado local en la cual el producto se vende para ser usado como un complemento alimenticio o en la elaboración de cereales.

- Desarrollo exportador: La región ha logrado diversificar su mercado exterior y está logrando exportar a 27 países, donde destacan las exportaciones a Estados Unidos, Unión Europea, Asia, Oceanía y Sudamérica como producto orgánico en un monto de US\$ 6,657,590 tanto en fresco como en cereales.
- Oferta Productiva: La oferta productiva es mucho mayor a la kiwicha. La región al 2015 logro producir 33,193 ton y con rendimientos de 4 ton/ha. A nivel nacional se encuentra en segunda posición de producción.
- Actores: Los actores involucrados son de tamaño pequeño y se logra producir en toda la región Arequipa. En total se tiene a 43 Inversionistas como: EXPORTADORA SAFCO PERU S.A., ANDES MILLS TRADING S.A.C., ALSUR PERU S.A.C., OPEN WORLD EXPORT SAC, PERU WORLD WIDE S.A.C. entre otros. Otro actor principal en el producto es SENASA, el cual en los últimos años se ha tenido problemas de aceptación en el mercado internacional; según el Ing. Julver Vilca Espinoza *“En el último año se ha contraído la quinua por rechazos, si bien existen países que no exigen certificados, ya se han detectado residuos en el producto al ser analizados en el mercado de destino, lo cual ha generado el rechazo de los mismos, por ende se dio una caída en el volumen exportado, así como en el precio lo cual afecta a los productores de la región”*. Ver Entrevista en el Anexo N° 1.
- **Mangos:** Debido a su utilidad, el mango hoy en día es comercializado a nivel mundial en diversas presentaciones de productos procesados. Así mismo resaltamos la posibilidad de apertura del mercado de Corea del Sur dado el cumplimiento del protocolo fitosanitario que dicho país exige. Por lo tanto las posibilidades de exportación se amplían a más mercados. Al ser un fruto dulce en sabor y muy versátil este puede utilizarse para una cantidad innumerable de productos como mermeladas, jaleas, helados, yogures, confituras, mangos en conservas, pulpa de mango, trozos congelados, mango deshidratado, jugos a base de mango, trozos en almíbar, bebidas funcionales y energéticas, etc. A nivel mundial, la demanda de mangos está aumentando cada vez más y se estima continúe de esta manera sobre todo en mercados consumidores como Estados

Unidos, Canadá, la Unión Europea, en incluso en los mercados asiáticos como China.

- Mercado Mundial: A nivel mundial se ha logrado exportar un monto de US\$ 2,134,251 millones. En Estados Unidos, el dinamismo del consumo de mango está directamente relacionado con el rápido crecimiento de la población de hispanos y asiáticos, para quienes esos productos son conocidos, así como con el gradual proceso de asimilación por parte del consumidor estadounidense. Mejores oportunidades de mercado exterior para mango fresco se encuentran en EE.UU., Canadá, Europa y Japón. Todos los mercados han lanzado campañas promocionales dirigidas a aumentar el consumo de frutas por sus bondades nutraceuticas. El Perú se encuentra en el tercer lugar de exportación mundial precedido de México y Países Bajos.
 - Mercado Nacional: Su mercado es básicamente internacional, su consumo es en forma fresca.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Colombia, Canadá, Estados Unidos, Francia y España en un monto de US\$ 2,400 en estado fresco y deshidratado. A nivel nacional las exportaciones de la región participan con el 0.001%.
 - Oferta Productiva: La región mantiene una oferta productiva de 153 Tm. En 12 hectáreas de área cosechada y con rendimientos de 13 tm/ha.
 - Actores: Se produce en la provincia de Castilla. Inversionistas como GREENLAND PERU S.A.C., PERUVIAN GROWERS S.A.C., IMPORTADORA Y EXPORTADORA ZONANDINA E.I.R.L entre otras.
- **Fresas:** El mercado mundial registra un crecimiento exponencial dado el aumento acelerado en la demanda de la industria de jugos y con gran potencial en mercados como Canadá, Japón, Alemania y Francia.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial se ha logrado exportar un monto de US\$ 899,369 millones. Estados Unidos es un gran importador y exportador, con una oferta que se- extiende a lo largo del año y que se complementa con la producción de México. Europa se abastece principalmente de España e Italia y de países del este, como Polonia y Serbia. EE.UU., España e Italia son los principales exportadores de frutillas frescas y congeladas, y Alemania,

Japón, Francia, EE.UU. y Reino Unido, los principales importadores en particular de congeladas. Japón exhibe una importación creciente de frutillas congeladas.

América Latina es un interesante destinatario de la frutilla congelada en Particular Brasil, Argentina y, más recientemente, Venezuela Sin embargo, se trata de mercados muy dependientes de sus condiciones económicas, afectadas por causas externas e internas. Finalmente Japón, principal destinatario de las exportaciones de EE.UU., representa un mercado con un potencial interesante pero es necesario cumplir con su alta exigencia en calidad.

- Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno, y una parte se al mercado internacional, con tendencias a que esta aumente; sin embargo, como en el caso de todos los productos agrícolas, la oferta está dependiendo de la producción, por lo tanto solo se podrá atender la demanda en la -época de cosecha, esto es de noviembre a julio. La demanda es estable todo el año.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a República Dominicana en un monto de US\$ 35,579 en forma congelada.
 - Oferta Productiva: Se produce al 2015 solo 29 tm con una cosechada de 3has y rendimientos de 10 tm/ha. Las variedades que principalmente se producen en la Región Arequipa, son Chandler y Tioga.
 - Actores: En la actualidad, la comercialización de este producto está orientada hacia el mercado interno, con la importante participación de mayoristas, tanto para el mercado local como nacional. Estos mayoristas obtienen un margen importante, que evidentemente disminuye el ingreso de los productores. El sistema habitual de compra es "al barrer", lo que significa que el precio es inferior si se selecciona el producto. Se logra producir en las provincias de Arequipa y Caylloma; con inversionistas como: AGROEXPORT MARIA ISABEL SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - MIAGROEX S.R.L. y A & M CHENTIEX S.A.C.
-
- **Mandarinas:** Según el MINAGRI, existe un gran interés por las siguientes variedades de mandarinas, como las precoces de clementina (Marisol,

Clemenpons y otras) y en términos generales por las clementinas de calidad (Clemenules y otras). Las variedades de clementina, de maduración tardía, también son muy requeridas en el mercado internacional. En cuanto a la estacionalidad, podemos observar la oportunidad de vender la mandarina peruana a países de Europa, liderados por España, Francia e Italia entre mayo y agosto; a los Estados Unidos entre agosto y octubre. Así mismo el poder abastecer a países con un precio atractivo, en los cuales su producción es limitada o nula, como son: Inglaterra, Alemania, Canadá, Rusia, entre otros.

- Mercado Mundial: Existe un mercado en crecimiento, con una producción mundial de 29 millones de Tm.
 - Mercado Nacional: Se produce y se importa la mandarina seleccionada, la industria de jugos también es un mercado dinámico.
 - Desarrollo exportador: La región logro exportar en el año 2015, en un monto de US\$ 35,943, cuyos países de destino fueron Canadá, Hong Kong, Reino Unido, Países Bajos y Costa Rica. A nivel nacional en el último año de análisis, la región represento el 0.06% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: Existen una oferta productiva en desarrollo, la cual al año 2015 fue de 112 TM.
 - Actores: El número de actores en este sector es reducido, pero hay interés en la producción de cítricos en la región. En la región se produce en la provincia de Caylloma. Los inversionistas en el producto son: AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C., AGROINCA PRODUCTOS PERUANOS DE EXP. SA y CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.
- **Habas:** Este producto es un tradicional alimento en el consumo peruano, en el mercado internacional muestra una creciente demanda por sus extraordinarias propiedades nutritivas y constituye un bien de exportación altamente prometedor para el Perú. Su potencial de exportación se ha diversificado entre el haba verde deshidratada y el haba seca, siendo la última la de mayor importancia dentro de las exportaciones peruanas.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 400,926 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Egipto, Sudan, Arabia Saudita, Noruega y Italia, entre otros.

- Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno, y una parte se deriva al mercado internacional, con tendencias a que esta aumente.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Estados Unidos, España, Libano y Israel en un monto de USSFOB146,433 en estado seco y peladas. A nivel nacional participa con el 3.36% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se obtuvo una oferta de 7,464tm en una área cosechada de 1,141 has. Nos ubicamos en el segundo lugar de producción a nivel nacional.
 - Actores: En la actualidad, la comercialización de este producto está orientada hacia el mercado interno, con la importante participación de -mayoristas, tanto para el mercado local como nacional. Se produce en las provincias de Caraveli, Castilla, Arequipa, La Unión y Condesuyos. Sus principales inversionistas son: ALSUR PERU S.A.C., P & R EXPORTACIONES S.R.L., DOS MARIAS E.I.R.L., GLOBENATURAL AGRO COMPANY S.A.C. entre otros.
- **Flores:** El mercado europeo concentra la mayoría de las importaciones mundiales del producto. Las cifras muestran claramente esta tendencia, así la Unión Europea consume el 50% de las flores del planeta, gastando en ellas alrededor de 3.400 millones de euros al año¹². En Europa también se concentran la producción de flores. Y es que, aunque resulte difícil creerlo, Países Bajos es el mayor productor de flor cortada y el primer exportador en el mercado mundial. Países como Italia, España, Francia y Alemania concentran los mayores niveles de producción de flores, dentro de la Unión Europea, si bien ninguno de ellos se aproxima a los Países Bajos, Colombia, Ecuador y Kenia; los líderes mundiales del rubro.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 2,956,680 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos entre otros.

¹² Fuente: <https://www.regalarflores.net/blog/los-mayores-productores-de-flores-del-mundo/>

- Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno, y una parte se deriva al mercado internacional, con tendencias de crecimiento. Su consumo es mínimo, y solo se destina en ocasiones especiales tanto familiares o empresariales.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Chile y Estados Unidos en un monto (año 2015) de US\$ FOB 2,817 en estado fresco y en paquetes. A nivel nacional participa con el 0.03% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se obtuvo una oferta de 88 tm en una área cosechada de 8 has. Nos ubicamos en el octavo lugar de producción a nivel nacional.
 - Actores: En la actualidad, la comercialización de este producto está orientada hacia el mercado interno, con la importante participación de mayoristas, tanto para el mercado local como nacional. Se produce en la provincia de Arequipa. Sus principales inversionistas son: FLORES_PETALOS S.R.L. y EXO PERU E.I.R.L.
- **Tomates:** Según estimaciones de la FAO, el tomate es la hortaliza más consumida en el mundo tanto en su consumo fresco como industrial.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 3,227,057 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Alemania, Italia, Japón y Rusia entre otros.
 - Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno, y una parte se deriva al mercado internacional, con tendencias de crecimiento. Su consumo es alto principalmente en estado fresco, en menor medida de uso industrial.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Estados Unidos, Reino Unido, Israel y Australia en un monto (año 2015) de US\$ FOB 17,624 como tomate cherry en conserva. A nivel nacional participa con el 0.11% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se obtuvo una oferta de 36.25 tm en una área cosechada de 724 has. Nos ubicamos en el tercer lugar de producción a nivel nacional.

- Actores: En la actualidad, la comercialización de este producto está orientada hacia el mercado interno, con la importante participación de intermediarios y mayoristas, tanto para el mercado local como nacional. Se produce en las provincias de Arequipa, Camana, Castilla, Caylloma, Islay y Condesuyos. Su principal inversionista es DANPER AREQUIPA S.A.C.
- **Zanahorias:** El consumo de Zanahorias está creciendo paulatinamente en el mundo y al mismo sus importaciones también registran crecimiento.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 1,222,173 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Alemania, Canadá y Estados Unidos entre otros.
 - Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno. Su consumo es alto principalmente en estado fresco.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Brasil en un monto (año 2015) de USS FOB 25,765 en estado fresco. A nivel nacional participa con el 73% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se obtuvo una oferta de 49,150tm en una área cosechada de 1,028 has. Nos ubicamos en el primer lugar de producción a nivel nacional.
 - Actores: En la actualidad, la comercialización de este producto está orientada hacia el mercado interno, con la importante participación de intermediarios y mayoristas, tanto para el mercado local como nacional. Se produce en las provincias de Arequipa y Caylloma. Su principal inversionista es FUNDO AMERICA SAC.
- **Cúrcuma:** Este producto con gran potencial de producción en Arequipa, ya que la región posee en sus diversas provincias las mejores condiciones ecológicas necesarias y existe una demanda local y mundial con tendencia futura de crecimiento. Asimismo, podríamos considerar que este producto representa una buena alternativa favorable para el fomento de la diversificación de la oferta exportable de la región.

- Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 192,120 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, India y Irán entre otros.
- Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno. Su consumo es alto principalmente en estado procesado
- Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a España, Colombia, Argentina, Uruguay y Guatemala en un monto (año 2015) de US\$ FOB 500 en estado seco y molido. A nivel nacional participa con el 0.04% de las exportaciones totales.
- Oferta Productiva: No se registra información por parte de la Gerencia Regional de Agricultura de Arequipa.
- Actores: No existe información en términos de principales actores. Su principal inversionista es AGRONEGOCIOS INTERNACIONALES S.R.L.- AGRINTER S.R.L., acompañado de C & M AROMATIC GROUP S.A.C. y ESPECERIAS DEL SUR S.A.C. entre otros.
- **Granada:** La granada es una fruta que no se consume mucho en el Perú, sin embargo viene mostrando una gran producción. En el mercado internacional ha despertado mucho interés, generado por su gran cantidad de antioxidantes que posee, motivo por el cual se le atribuyen efectos en la prevención del cáncer. Este auge se ve reflejado por el incremento de sus exportaciones e importaciones al mercado mundial.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 3,306,924 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: China, Vietnam, Países Bajos y Rusia, entre otros.
 - Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno. Su consumo no es masivo en el Perú dado el poco conocimiento de sus propiedades.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Países bajos y Francia en un monto (año 2015) de US\$ FOB 1,144,987 en estado fresco. A nivel nacional participa con el 3.65% de las exportaciones totales.

- Oferta Productiva: En el último año se registra una producción de 52 tm en una área cosechada de 7 has, ocupando el quinto lugar a nivel nacional. Muestra niveles de rendimiento que bordean 5 tm/ha.
- Actores: Se registra producción en las provincias de Caylloma e Islay. Participan inversionistas como AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C. y AGROINCA PRODUCTOS PERUANOS DE EXP. SA.
- **Maca:** En el momento la maca es uno de los principales productos agropecuarios que cuenta con un crecimiento importante tanto en términos de producción como de exportación. En sus presentaciones de exportación, podemos citar a: harina de maca, maca entera seca o deshidratada, tabletas de maca gelatinizada, maca en polvo y maca gelatinizada.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 425,875 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, Japón y Canadá.
 - Mercado Nacional: Casi la totalidad de la producción se destina al mercado interno. Su consumo se ha incrementado en los últimos años dados el conocimiento de sus propiedades.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Hong Kong en un monto de USS FOB 302,620 en estado seco deshidratado. A nivel nacional participa con el 4.38% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se registra una producción de 267tm en una área cosechada de 151 has, ocupando el quinto lugar a nivel nacional. Muestra niveles de rendimiento que bordean 2tm/ha. A nivel nacional se registra producción en las localidades de Pasco, Junín y Huancavelica.
 - Actores: No se registra información detallada de los lugares donde se produce en la región. Participa como único inversionista CORPORACION YIN'S PERU MINERALES E.I.R.L
- **Aguaymanto:** Producto que en los últimos años registra tasas de crecimiento por encima del 1000% dado su potencial de consumo en el mercado internacional, principalmente de frutos secos. El aguaymanto se adapta

fácilmente a cualquier piso ecológico, por lo que su oferta exportable puede ser mayor en el país.

- Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 747,592 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, Reino Unido y Alemania.
 - Mercado Nacional: Su mercado nacional es incipiente, recién en los últimos años se ha evidenciado su permanencia y presencia en estado fresco principalmente en los grandes supermercados y en mercados especializados, tanto en la ciudad de Lima como en las regiones del país. En el momento, el mercado nacional demanda fruta fresca, en mayor medida con cáliz, que se usa como decorativo para tortas, bebidas, entre otros.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Alemania y Canadá en un monto de US\$ FOB 16,300 en estado deshidratado. A nivel nacional participa con el 0.81% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se registra una producción de 15tm en una área cosechada de 4 has, ocupando el séptimo lugar a nivel nacional. Muestra niveles de rendimiento que bordean 4tm/ha. La primera zona productora es Cajamarca.
 - Actores: Solo se registra información de la provincia de Caylloma, como zona productora. Participan como inversionistas CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C. y RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA.
- **Pisco:** Producto que en los últimos años registra tasas de crecimiento importantes a nivel nacional; sin embargo, también resaltamos la disminución de su producción dado que se destina la producción de uva (principal insumo) al mercado internacional.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 747,592 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, Reino Unido y Alemania.
 - Mercado Nacional: Su mercado nacional está en proceso de crecimiento, de ahí que a nivel nacional se le considere como producto bandera; recién en los últimos años se ha evidenciado su permanencia y presencia

principalmente en los grandes supermercados y en mercados especializados, tanto en la ciudad de Lima como en las regiones del país. Según el viceministerio de la Micro y Pequeña Empresa del Ministerio de la Producción, el 2015 la producción del pisco marcó un récord histórico de 9.5 millones de litros, gracias a la labor de Cite Agroindustria y la Comisión Nacional del Pisco.

- Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Países bajos, Japón, Reino Unido, República Checa y Sudáfrica en un monto de US\$ FOB 7,620 (año 2015) en variedades tipo acholado, quebranta, Italia, moscatel, mollar, negra, como también Premium; tanto en tinajas como en botellas de 500 y 700 ml. A nivel nacional participa con el 0.09% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: En el último año se registra una producción de 600 mil litros, ocupando el tercer lugar a nivel nacional.
 - Actores: Se registra producción en las provincias de Arequipa, Castilla, Caylloma y Caraveli. Participan como exportadores: VIÑA DEL VALLE S.R.L., AGRO MISTRAL S.A.C., PERU WORLD WIDE S.A.C., ARTE PERU S.A.C. y MICHELL Y CIA S.A.
- **Harina de cereales:** Según el Consejo Internacional de Cereales se prevé que para el año 2016 y 2017 se genere un incremento en las cosechas como también en su consumo principalmente en el mercado de China.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 384,345 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Tailandia, Alemania y Bélgica.
 - Mercado Nacional: Su mercado nacional está en proceso de crecimiento; recién en los últimos años se ha evidenciado su permanencia y presencia principalmente en los grandes supermercados y en mercados especializados, tanto en la ciudad de Lima como en las regiones del país.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Taiwán, Estados Unidos, Brasil, España e Italia en un monto de US\$ FOB 67,876 como harina de quinua. A nivel nacional participa con el 6.19% de las exportaciones totales.

- Oferta Productiva: La información no es muy precisa dado que es un producto derivado.
- Actores: Sin información. Participan como exportadores: PERU WORLD WIDE S.A.C., PACHAMAMA GOURMET S.A., ALIMENTOS PROCESADOS SA, AGROEXPORT MARIA ISABEL SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - MIAGROEX S.R.L.
- **Productos Naturales de Infusión:** Productos que el Perú tiene gran potencial de crecimiento en el comercio internacional, y más aun por la presencia de una gran variedad de productos medicinales que se posee. Hoy en día, la presencia de grandes mercados hacen atractiva su comercialización y que con el afán de contribuir, aportar, conservar y además mejorar la salud, son factores que inciden fuertemente en la elección del producto.
 - Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 31, 619,705 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, Reino Unido y Alemania.
 - Mercado Nacional: Su mercado nacional está en proceso de crecimiento; recién en los últimos años se ha evidenciado su permanencia y presencia tanto en la ciudad de Lima como en las regiones del país.
 - Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Estados Unidos, Hong Kong, República Checa y Reino Unido en un monto de US\$ FOB 247,843 como infusiones de diferente especie (boldo, valeriana, uña de gato, estevia, eucalipto, chanca piedra, diente de león, etc). A nivel nacional participa con el 20% de las exportaciones totales.
 - Oferta Productiva: La información no es muy precisa dado que es un producto derivado.
 - Actores: Sin información. Participan como exportadores: CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C., LABORATORIOS PORTUGAL S R L, C & C PERU S.A.C.
- **Hongos del género Agaricus:** Su consumo en el mercado internacional es variado y con un gran potencial de crecimiento, dada su popularidad en gastronomía pese a su escaso rendimiento calórico, conteniendo alrededor de

20 calorías cada 100gramos. Es relativamente rico en fibra alimentaria, así como en vitamina B6, vitamina C, vitamina D, potasio y niacina.

- Mercado Mundial: A nivel mundial (año 2015) se ha logrado exportar un monto de US\$ 57,204 millones. Los principales demandantes a nivel mundial son: Estados Unidos, Alemania, Malasia entre otros.
- Mercado Nacional: Su mercado nacional es incipiente y su consumo solo se da en ocasiones gastronómicas.
- Desarrollo exportador: La región está logrando exportar a Brasil en un monto de USS FOB 35,808 como hongo seco en trozos. A nivel nacional participa con el 21% de las exportaciones totales.
- Oferta Productiva: No existe información del producto, por parte de la Gerencia Regional de Agricultura de Arequipa.
- Actores: Sin información. Participa como exportador: ESPECERIAS DEL SUR S.A.C.

2.3.3.2.3 Precios de exportación de los productos con mayor potencial exportador

De los productos priorizados, podemos ver en detalle el comportamiento de sus precios al mercado internacional como en el mismo mercado. Así tenemos

En el cuadro siguiente se puede observar el incremento de los precios de los frijoles con un 180%, luego tenemos a los mangos en un 119%, seguido de las papas con el 65% entre los principales. Con precios promedio de US\$/Kg de 0.95; 2.54 y 0.43 respectivamente.

Si hacemos una comparación con los precios que se ofertan mundialmente, podemos ver la competitividad de casi todos los productos priorizados, por lo que las expectativas de permanencia en el mercado internacional es atractiva, de ahí, esperamos que el presente estudio sirva como una herramienta para los agroexportadores e instituciones ligadas al sector tanto privadas como públicas para poder apoyar y/o reflotar el sector y por ende generar posicionamiento de éstos productos que la región produce en el mercado internacional.

Cuadro N° 25: Precios promedio de productos seleccionados, Periodo 2010-2015

PROVINCIA	PRODUCTO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO - MCDO MUNDIAL
		US\$ FOB/CANT.	US\$ FOB/CANT.	US\$ FOB/CANT.	US\$ FOB/CANT.	US\$ FOB/CANT.	US\$ FOB/CANT.			
AREQUIPA	Flores	-	0.38	0.32	0.52	0.45	0.35	-2.13%	0.41	5.46
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Alcachofa	2.46	2.88	3.04	2.69	2.72	2.68	1.70%	2.74	1.73
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, CONDESUYOS	Cebollas	0.16	0.16	0.23	0.22	0.24	0.36	17.44%	0.23	0.43
AREQUIPA, CAYLLOMA, ISLAY	Paprika Seca	-	-	2.01	2.14	2.66	2.37	5.62%	2.30	2.28
SIN INFORMACIÓN	Maca	-	-	-	-	29.87	-	-	29.87	0.88
AREQUIPA, CAMANA, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, CONDESUYOS	Tomates	5.12	5.66	5.20	5.13	-	-	0.05%	5.28	1.05
AREQUIPA, CAYLLOMA	Zanahorias	-	-	-	-	0.87	-	-	0.87	0.46
AREQUIPA, CAMANA, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION	Ajos	0.79	0.67	0.42	0.42	1.49	1.53	14.09%	0.89	1.26
CAMANA, CARAVELI, ISLAY	Aceituna	2.26	2.58	1.95	1.86	1.84	1.67	-5.82%	2.03	2.13
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION, CONDESUYOS	Papas	-	-	-	0.32	0.53	-	64.78%	0.43	0.31
SIN INFORMACIÓN	Hongos del genero Agaricus	-	-	8.95	-	-	-	-	8.95	7.75
AREQUIPA, CARAVELI, CASTILLA, LA UNION, CONDESUYOS	Habas	1.80	1.70	-	1.95	1.92	1.78	-0.18%	1.83	0.49
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION	Frijoles	0.5	1.398943999	-	-	-	-	179.79%	0.95	0.70
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION, CONDESUYOS	Uvas	2.02	2.12	2.38	3.44	2.87	2.81	6.88%	2.61	1.77
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, LA UNION, CONDESUYOS	Paltas	1.57	-	1.45	1.92	2.01	2.15	6.51%	1.82	2.00
AREQUIPA, CAYLLOMA	Fresas	1.03	1.42	-	-	-	-	38.81%	1.22	1.52
CAYLLOMA	Aguaymanto	-	-	-	-	-	13.58	-	13.58	2.08
CAYLLOMA, ISLAY	Granada	-	2.66	1.82	3.45	2.44	2.79	1.23%	2.63	1.14
CASTILLA	Mangos	0.24	0.15	1.06	1.64	0.13	12.00	118.62%	2.54	1.04
AREQUIPA, CAMANA, CARAVELI, CASTILLA, CAYLLOMA, ISLAY, LA UNION, CONDESUYOS	Quinua	-	-	2.82	3.93	4.91	3.35	5.92%	3.75	4.15
CAYLLOMA, LA UNION	Kiwicha	-	-	2.23	2.39	4.18	4.14	23.01%	3.24	0.58
AREQUIPA, CASTILLA, ISLAY, LA UNION	Maiz morado	1.11	-	-	-	1.67	0.63	-24.83%	1.14	0.25
SIN INFORMACIÓN	Harina de cereales	-	-	4.16	5.05	6.89	4.47	2.44%	5.14	0.67
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Pisco	4.52	4.14	6.67	6.99	6.96	6.35	7.03%	5.94	15.40
SIN INFORMACIÓN	Curcuma	2.18	2.85	1.80	1.80	1.02	0.10	-46.01%	1.62	1.53
AREQUIPA, CASTILLA, CAYLLOMA	Cochimilla	100.90	101.53	21.93	19.06	25.74	-	-28.93%	53.83	0.61
SIN INFORMACIÓN	Productos naturales de Infusión	15.89	-	26.13	18.69	17.24	17.95	3.08%	19.18	4.68
AREQUIPA	Oregano	3.08	3.29	3.46	3.08	4.80	4.40	7.38%	3.69	3.63
AREQUIPA, CASTILLA, CONDESUYOS	Maíz "variedad cancha montaña" y maíz "mote"	1.9	-	1.84	1.96	-	-	1.57%	1.90	0.25
CAYLLOMA	Mandarinas	-	0.24	1.17	0.95	1.60	0.55	23.65%	0.90	0.92

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por TRADEMAP.

Nota: Los productos cuya partida arancelaria son mayores a seis dígitos, se consideran precios referenciales que no necesariamente corresponden a los productos priorizados, dado que TRADEMAP trabaja con el sistema armonizado máximo a un nivel de seis dígitos.

2.3.3.2.4 Otros cultivos y oportunidades de agroexportación

Siendo la lista de cultivos exportables desde nuestras tierras muy extensa, como lo hemos podido observar en los cuadros anteriores analizados. No queremos dejar de mencionar algunos otros cultivos prometedores y que muestran también condiciones favorables para la agroexportación.

El género cucurbitáceas (melones, pepino, caigua y zapallos) cuentan con numerosas especies y variedades con demanda en Chile, EE.UU., Inglaterra y España. Para ingresar a los dos primeros países con cucurbitáceas debemos primero erradicar a la mosca de la fruta. La otra posibilidad es de producir cítricos de alta demanda internacional, como el limón real, las propias mandarinas y la toronja rubí, pasa por realizar investigación adaptativa de éstos y varios otros frutales de expectante demanda.

Otro proceso agroindustrial que abriría las puertas a varias frutas y hortalizas es el congelamiento. Con un túnel IQF¹³ se podrían producir frutillas, arvejas, brócoli, para el creciente mercado de frutas y hortalizas procesadas.

2.3.3.3 Exportaciones por empresa

Al igual que los productos priorizados, también escogimos las veinte principales empresas exportadoras del sector al mercado internacional, las cuales registraron una participación de 76%; así mismo se destaca la participación de empresas como AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C., DANPER AREQUIPA S.A.C. y ALSUR PERU S.A.C., que movieron alrededor de 208 millones de dólares en el periodo de estudio.

¹³ IQF son las siglas de Individual Quick Freezing, o congelación rápida de manera individual. Este proceso de congelación rápido permite que los microcristales de hielo que se forman dentro de las células de los tejidos de los alimentos sean de tamaño muy pequeño. De esta forma se evita que las paredes celulares que conforman los tejidos vegetales se rompan. Por lo tanto al descongelar el producto no hay derrame de fluidos celulares, lo cual garantiza una textura, valor nutritivo y sabor igual al de un producto recién cosechado.

La diferencia sustancial entre una congelación IQF y una congelación lenta es el tamaño de los microcristales que se forman. En la segunda el cristal es tan grande que deforma las paredes celulares, permitiendo el derrame de fluidos internos y por ende un deterioro en textura, sabor y valor.

Cuadro N° 26: Exportaciones del Sector por empresa, periodo 2010-2015

RAZON SOCIAL	2010 US\$FOB	2011 US\$FOB	2012 US\$FOB	2013 US\$FOB	2014 US\$FOB	2015 US\$FOB	PARTICI- PACIÓN	% DE VARIACIÓN 2010-2015
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	5,376,334	6,644,695	9,204,966	17,291,231	19,271,748	19,157,208	11.22%	28.93%
DANPER AREQUIPA S.A.C.	10,454,073	15,338,218	11,050,511	10,448,671	10,473,928	10,505,241	9.95%	0.10%
ALSUR PERU S.A.C.	8,659,225	14,761,048	10,498,043	9,003,000	8,918,398	11,166,928	9.19%	5.22%
GLOBE SEAWEEED INTERNATIONAL S.A.C.	5,082,863	3,464,090	2,174,180	10,960,321	13,565,977	5,930,301	6.00%	3.13%
EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R.LTDA	3,604,021	5,656,177	5,999,183	5,402,423	6,281,171	8,899,611	5.23%	19.82%
OPEN WORLD EXPORT SAC	4,849,365	9,132,756	6,850,285	5,474,066	4,978,466	1,368,554	4.76%	-22.35%
PERU SPICES S.A.C.	3,496,991	6,372,114	6,361,129	3,712,948	3,526,301	2,444,727	3.78%	-6.91%
EMBOTELLADORA SAN MIGUEL DEL SUR S.A.C.	3,549,516	3,928,070	4,822,807	4,416,109	4,252,829	4,633,771	3.73%	5.48%
UNION DE CER PER BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	413,487	3,587,402	9,153,711	4,731,252	1,319,716	557,286	2.88%	6.15%
CONSORCIO PERU - MURCIA S.A.C.	6,481,313	6,352,777	4,688,229	1,986,217	177,275	0	2.87%	-59.33%
GLORIA S A	2,649,138	3,183,723	4,328,741	3,925,936	3,379,842	46,150	2.55%	-55.52%
OMNIAGRO S A	4,583,281	3,845,454	7,248,744	196,869	0	0	2.31%	-64.98%
ALMACENAJES AREQUIPA E.I.R.L.	0	4,177,361	1,589,158	1,713,882	2,646,653	770,569	1.59%	-34.46%
EMPRESA EXPORT & IMPORT MAREROSE E.I.R.L.	4,547,794	2,929,705	1,823,908	1,459,384	0	0	1.57%	-31.54%
IMPORTADORA Y EXPORTADORA AGROMERCEDES EIRL	864,228	5,366,940	4,246,161	0	0	0	1.53%	121.66%
PROCESADORA AGROINDUSTRIAL LA JOYA S.A.C.	0	0	501,459	875,235	3,721,834	5,367,151	1.53%	120.38%
ALGAS MULTIEXPOR DEL PERU S.A.C.	2,415,569	1,676,082	1,708,502	1,713,869	1,972,834	470,504	1.45%	-27.90%
DANPER TRUJILLO S.A.C.	854,531	339,666	153,608	14,930	4,596,289	3,500,394	1.38%	32.58%
MC & M S.A.	1,645,804	2,012,753	3,272,765	1,903,263	521,368	0	1.36%	-24.98%
P & R EXPORTACIONES S.R.L.	664,352	901,613	148,503	2,397,391	4,334,162	219,921	1.26%	-19.84%
SUB TOTAL	70,191,884	99,670,643	95,824,593	87,626,998	93,938,791	75,038,315	76.15%	1.34%
OTROS	27,684,757	21,664,917	20,631,023	28,920,436	37,313,263	27,332,480	23.85%	-0.26%
TOTAL	97,876,641	121,335,560	116,455,616	116,547,435	131,252,054	102,370,796	100%	0.90%

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por ADEX

2.3.3.3.1 Numero de empresas y productos de exportación

Como se ha observado en el cuadro N° 19, la cantidad de productos exportados en el sector pasaron de 81 (año 2010) a 94 (año 2015) con una tasa promedio anual de 3% de crecimiento. En total durante el periodo en estudio se exportaron 542 productos a través de 691 empresas. Como observamos en el cuadro siguiente se produjo una reducción de empresas exportadoras del sector, así en el año 2010 se registraron 116 empresas en tanto que en el año 2014 se incrementaron a 129 empresas, para luego disminuir en el último año de estudio a 104 empresas. Es decir en el último año de registro, se produjo una disminución de 19%. Tasa que se refleja también en la cantidad de productos como en el monto de las exportaciones, tal como vimos anteriormente.

Cuadro N° 27: Numero de empresas y productos del sector, periodo 2010-2015

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PRODUCTOS	81	83	85	97	102	94
EMPRESAS	116	113	113	116	129	104

Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por ADEX

CAPITULO III: DIAGNOSTICO, PROPUESTAS E IMPACTO DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS EN LA GENERACIÓN DE EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONOMICO

3.1 DIAGNOSTICO AGROEXPORTADOR EN LA REGIÓN AREQUIPA

El sector agro exportador de Arequipa en promedio ha mostrado un crecimiento positivo en los últimos años (a excepción del último año) y se ha consolidado como uno de los más dinámicos en la región, resaltando en los envíos a comparación de los demás sectores de exportación no tradicionales, tal como lo hemos observado anteriormente. Sin embargo a pesar de estas condiciones favorables, presentan ciertas debilidades que obstaculizan su desarrollo y diversificación en el largo plazo. Uno de los principales problemas identificados es la inexistencia de un sistema nacional y/o regional de innovación que maneje información actualizada y permita la acumulación de conocimientos para su distribución y uso. Según el Ing. Gustavo Zúñiga *“El acceso a información también es un factor importante, no obstante los agricultores no emplean la misma para planificar su producción, guiándose más de las recomendaciones de agricultores vecinos”*. Ver entrevista completa en el Anexo N° 1. Igualmente existe una profunda debilidad de carácter técnico, administrativo y financiero en los gremios existentes de productores, agroindustriales y exportadores que existen en el Perú y la región. Esto les limita la capacidad de

generar propuestas de políticas y apoyo técnico para el desarrollo productivo y comercial y otras actividades vitales para sus asociados.

Otro problema es la falta de reconocimiento de conciencia gremial, voluntad de trabajo en equipo, ausencia de mecanismos innovadores para la consecución de recursos financieros y falta de prospectiva para desarrollar y fortalecer las instituciones gremiales.

Otro problema es la falta de coordinación de los productores agrícolas (ausencia de planificación) en cuanto a su oferta productiva, lo cual genera precios por debajo del precio del mercado, trayendo como consecuencia que los agricultores no generen utilidades acorde al mercado y por ende en algunos casos el no poder cumplir con sus obligaciones financieras contraídas en su proceso de producción.

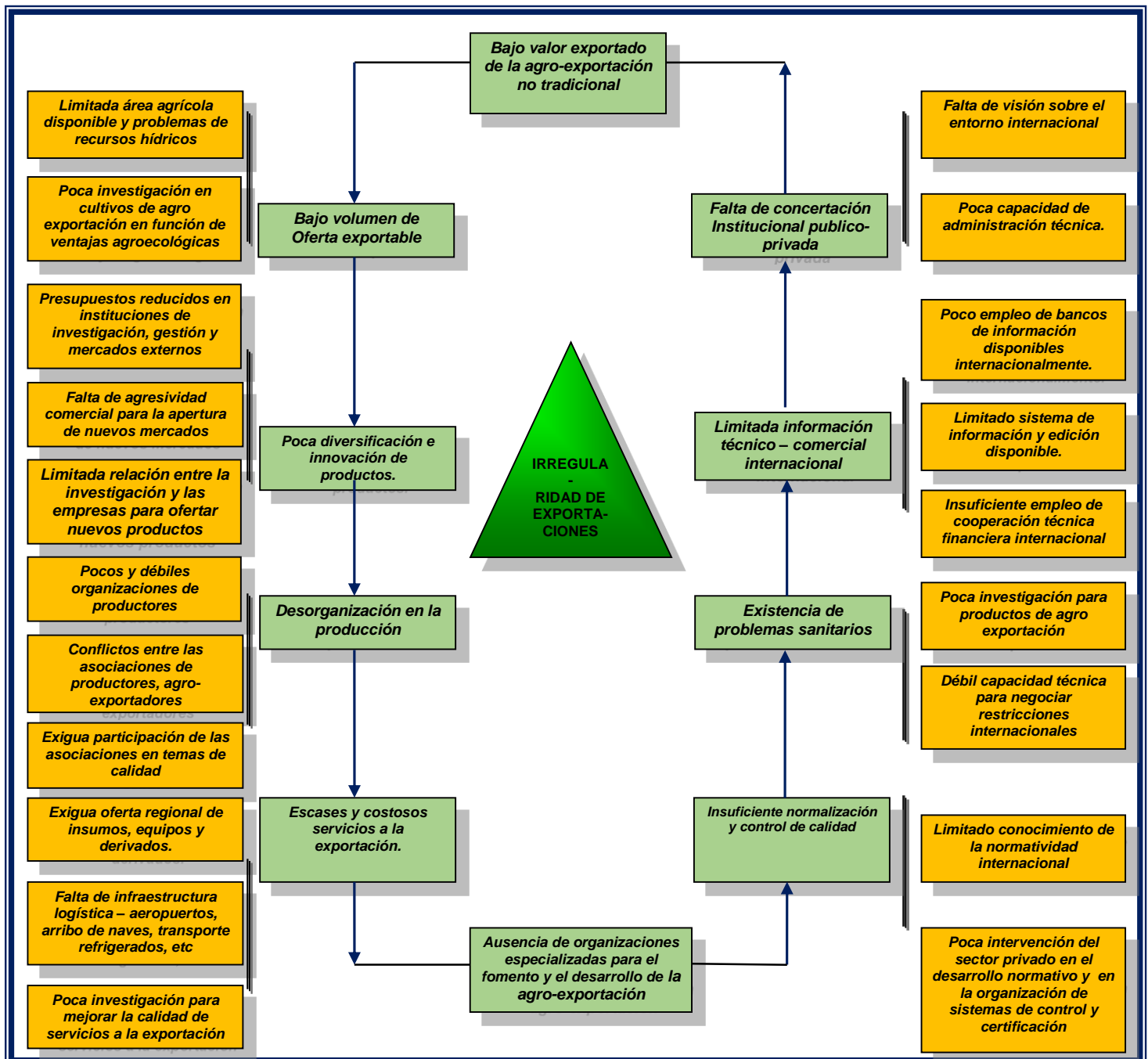
Otro problema que afecta al desarrollo agroexportador de la región, es la presencia de áreas agrícolas atomizadas que no permiten generar producción a gran escala, y que en algunos casos no es fácil el poder generar arreglos asociativos para lograr oferta exportable acorde a la demanda del mercado internacional.

Otra gran debilidad es la ausencia de políticas claras en el sector respecto al control oportuno de la distribución del recurso hídrico, lo cual genera un mal manejo de riego.

Otra gran debilidad, es la ausencia de conocimiento en cuanto a las normativas del mercado internacional, y más aún en productos de consumo humano donde las exigencias del mercado son cada vez mayores.

Esto y otras lo podemos ver en el siguiente gráfico, el cual detalla los problemas actuales por los cuales el sector pasa en la región.

Grafico N° 10: Diagnostico agroexportador en la región Arequipa



Fuente: Elaboración en base a entrevistas de involucrados en el sector-Anexo 2

3.1.1 Ventaja comparativa del sector en la región Arequipa

Las ventajas comparativas agrícolas y agroindustriales de la región se sustentan mayormente en sus condiciones naturales, caracterizadas por:

- Alta productividad en sus tierras.

- Adecuadas condiciones agroclimáticas
- Clima idóneo para la producción de frutas, hortalizas frescas y procesadas.
- Posee una ventaja geográfica en contraestación con el hemisferio norte.
- Disponibilidad de recurso hídrico.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Ubicación geográfica estratégica para la exportación de productos agrícolas sobre todo a los países asiáticos.

Sin embargo dichas ventajas son opacadas en termino generales por la baja rentabilidad del sector, bajo desarrollo competitivo, deficiente canales de comercialización, escasa capacidad de gestión, débil coordinación entre el sector público y privado. Ello lo analizaremos en los siguientes puntos.

3.1.2 Análisis FODA del sector en la región Arequipa

Si bien es cierto identificamos la problemática a nivel de las agroexportaciones, sin embargo la problemática a nivel del sector agro no deja de estar exenta en la representación regional, dado que una se complementa a la otra. Por tal motivo realizamos un análisis FODA identificado por principales agentes del sector, los cuales fueron tomados de entrevistas realizadas en el estudio. Ello se muestra en el Anexo N° 2.

Así tenemos:

Fortalezas

- Presencia del sector público y privado que promueven el desarrollo agrícola
- Experiencia de involucrados en técnicas agropecuarias
- Presencia de organizaciones en los eslabones de cadena agropecuaria.
- Disponibilidad de agua en la región.
- Disponibilidad de servicios en la producción agrícola.
- Presencia de la academia ligada al sector.
- Generación de proyectos en el sector.
- Presencia de empresas ligadas a la agroexportación.

- Alta biodiversidad de cultivos y crianzas nativas en la región.
- Presencia de producción orgánica en la región.
- Presencia de instituciones sanitarias en el sector.

Debilidades

- Poca articulación entre instituciones públicas y privadas.
- Baja rentabilidad en la actividad agropecuaria.
- Pocas organizaciones con pensamiento empresarial.
- Escasa articulación de los productores con los mercados.
- Sistema de información agraria no articulada con el mercado.
- Escasa investigación y asistencia técnica (sanidad agraria) al productor agrícola.
- Áreas agrícolas minifundistas
- Uso de plaguicidas e insumos químicos en los productos.
- Mala distribución del recurso hídrico.
- Poco conocimiento de conservación del medio ambiente.
- Poca infraestructura productiva para la agroexportación
- Deficiente manejo de labores postcosecha

Oportunidades

- Incremento de consumo mundial de productos orgánicos.
- Apertura de los mercados internacionales
- Presencia de proyectos de fomento en el sector.
- Presencia de inversionistas extranjeros en el sector.
- Desarrollo de ferias y misiones comerciales, tanto al mercado local como internacional.
- Infraestructura vial y portuaria que enlaza con los países vecinos.
- Introducción de nuevos cultivos en la región.
- Apoyo del Estado en el uso de sistemas de riego.
- Disponibilidad de tierras eriazas para la ampliación de áreas agrícolas

Amenazas

- Presencia de política en el sector agrario en la región.
- Crisis del mercado mundial.
- Legislación insuficiente y/o inadecuada para el fomento del sector.
- Presencia de fenómenos ambientales (clima).
- Presencia de plagas y enfermedades en regiones limítrofes y países.
- Contaminación ambiental
- Depredación de recursos naturales.
- Migración de la mano de obra a los centros urbanos.

3.1.3 Propuestas para el sector

Una vez identificado al sector en la región a través de un análisis FODA, seguidamente proponemos algunas propuestas que muy bien pueden ser tomadas por los principales agentes que toman decisiones en el sector. Así tenemos:

- Potenciar y dirigir una política de desarrollo agresivo en el sector agrario considerando de que es una fuente importante del empleo especialmente de la población no urbana.
- Implementar una adecuada planificación agraria controlándola bajo un sistema de información agrícola y capacitando al agricultor en tecnología.
- Crear un sistema de mercadeo agrícola el cual optimizará la siembra y venta de productos.
- Buscar mercados externos en coordinación con PROMPERU y el Ministerio de Agricultura.
- Fomentar la inversión privada en nuevas plantas de aguas servidas para descontaminar las aguas, lo que posibilitaría la agroindustria y la exportación de la producción.
- Capacitación a los agricultores en la calidad de sus productos agrícolas y en la planificación de su producción.
- Optimizar en corto plazo las cadenas productivas para acceder a nuevos mercados y al crédito.

- Desarrollar proyectos y construir obras hidráulicas con el objetivo de mejorar y expandir las áreas de cultivos y asesoramiento técnico en la crianza y cultivos. Así como prestar apoyo y asesoramiento en las zonas andinas y altoandinas.
- Coordinar con el gobierno central y hacer que se haga efectivo el proyecto denominado Angostura, por ser de vital importancia para el desarrollo de la región aumentando la expansión agrícola. Siendo esta obra de carácter imperativo y urgente. Con lo cual se generará además miles de puestos de trabajo.
- Promover en desarrollo de cadenas productivas y coordinar con las universidades el asesoramiento técnico para el mejoramiento de los cultivos y el mejor aprovechamiento de las aguas.
- Proponer la interdependencia de tres componentes: una cadena de valor de los productos, el cluster de agronegocios y el entorno a nivel institucional.
- Trabajar en forma conjunta entre la Región y Gobierno para viabilizar y ejecutar de una vez el proyecto Majes Siguan II.

Propuestas que se refuerzan en base a los comentarios de los principales involucrados en el sector. Ver Anexo N° 1.

3.1.4 Propuestas a nivel de instituciones

Las propuestas a nivel de instituciones, consolidan las políticas que los agentes del sector puedan generar, lo cual da viabilidad al desarrollo del mismo. Así tenemos: Servicios empresariales desarrollados por la Región en Internacionalización de la empresa, que deben intensificarse. Las instituciones representativas de la Región, como son: el Gobierno Regional, las Cámaras de Comercio y las Universidades deben reestructurarse para brindar servicios adecuados a los requerimientos de las empresas en todos los sectores, de modo tal que les permitan acceder con éxito al mercado internacional, dentro de ellos, deben intensificarse los siguientes:

- Misiones comerciales directas e inversas.
- Participación en ferias en el exterior.

- Promoción de nuevos sectores exportadores.
- Base de datos de oportunidades comerciales en el extranjero.
- Guía para la elaboración de estudios de mercado.
- Directorio de empresas de comercio internacional.
- Base de datos de comercio exterior actualizada y pública.
- Información general sobre ferias, programas y ayudas financieras, oficinas comerciales y Cámaras peruanas en el exterior.
- Cooperación Internacional.

Los principales programas, ideas y propuestas a ser desarrollados por la Región en Internacionalización, las tratamos a continuación:

El principal instrumento para lograr la competitividad lo constituye el Plan de Internacionalización de la Empresa Regional., que incluye:

- Programa de capacitación para el inicio de la exportación.
- Promoción exterior coordinada: Programa de Promoción Exterior.
- Programas intersectoriales de promoción Cooperación inter-institucional en la promoción exterior.
- Promocionar los productos de la exportación regional entre los turistas.
- Cooperación Inter.- Institucional.
- Crear y desarrollar un marketing territorial bajo una estrategia compartida para generar imagen de calidad de la Región (marca Arequipa).
- Defender a nuestras empresas y a nuestros productos frente a la competencia desleal.
- Reconocer y difundir buenas prácticas de empresas de éxito y extender la cultura de la internacionalización.
- Red de profesionales y consultores en el exterior.
- Apoyar la fusión y la cooperación entre empresas.
- Potenciar las redes comerciales en el exterior.
- Impulso a las plataformas logísticas en el exterior.
- Nuevos instrumentos financieros.

- Guías y servicios operativos empresariales en mercados emergentes.

Se debe elaborar el Plan de Internacionalización de la Empresa Regional (PIER), que además de dotar de transparencia, permanencia y continuidad a las estrategias, programas y acciones de apoyo a la internacionalización de la empresa y plasmarse anualmente en programas de actividades en cooperación con los agentes económicos que apoyan la internacionalización de la empresa regional, debe también incluir:

- Programa de capacitación para el inicio de la exportación.(PIE): Se debe capacitar a los empresarios que deseen incursionar en el mercado internacional, en los temas de Oferta Exportable, Mercados de Destino, Facilidades de Comercio y Cultura Exportadora.
- Programa de evaluación de capacidades para la exportación (PECAX):Este programa que es complementario al anterior debe dirigirse a empresas que ya están operando y que requieren una reorientación de sus actividades para ser más competitivos en el ámbito internacional.
- Programa de Promoción Exterior (PPEX): La Región debería de contar con una estrategia compartida por todos los agentes públicos e instituciones que intervienen de algún modo en la promoción exterior de nuestras empresas, productos y servicios.

Esa estrategia debe concretarse anualmente en un Programa de Promoción Exterior (PPEX) que integre, ordene y de a conocer a todas las empresas el conjunto completo de acciones de promoción en el exterior. Este Programa de carácter anual debe ser el punto de encuentro de todas las acciones de promoción con independencia de quién sea el promotor o responsable de su organización. Este programa debe ser un instrumento vivo, accesible, transparente y muy operativo al alcance de todos los interesados.

- Programas Intersectoriales de Promoción (PIP): Se deben apoyar la constitución de Redes Empresariales para la promoción e internacionalización como: estrategias comunes en mercados comunes, creación-consolidación redes de distribución, transferencia de «know-how», etc.

Se trata de potenciar la promoción en torno a categorías de productos complementarios que atiendan a un segmento definido de la demanda, a un mismo canal de comercialización o a la satisfacción de una necesidad o estilo de vida. la salud, la belleza, el ocio, la alimentación, etc., son algunas de esas nuevas categorías que corresponden a una base productiva autóctona organizada en torno a clusters.

- Programas País (PP): Los Programas País son instrumentos que pretenden localizar todos los esfuerzos de promoción de los productos regionales en un mercado específico, integrando a todos los que tienen algún tipo de responsabilidad o protagonismo en la gestión de acciones promocionales en ese destino

Este nuevo esquema implica la presencia de un solo responsable, cuya labor sería la de coordinar y dar coherencia a las acciones, difundir la información e integrar a los diferentes agentes que de forma activa organizan y gestionan acciones de promoción.

- Promoción de los Productos Regionales entre los turistas (PPR): La Región y otras colindantes, son los principales destinos turísticos a los que acuden turistas procedentes de los países que son además nuestros principales mercados de exportación.

Estos turistas en sus países de origen son potenciales compradores de productos regionales. Su comportamiento de compra dependerá de si su experiencia como turista, comprador y usuario de servicios en nuestro territorio resulta satisfactoria.

Se propone un plan específico que abarque los hoteles, los servicios de restaurantes, los establecimientos comerciales y las propias ciudades turísticas de manera que se conviertan en escaparates atractivos de los productos regionales potencialmente exportables

- Crear y desarrollar un marketing territorial bajo una estrategia compartida para generar imagen de calidad de la Región. Se deben efectuar esfuerzos de promoción de carácter institucional, cultural, turístico y comercial en torno a una estrategia de marketing compartida y bajo el criterio de una marca de origen que consolide y genere cohesión y sinergias para una imagen eficaz de la Región, que debe desembocar en la creación de una imagen “de calidad

regional” que pueda ayudar y potenciar a otras marcas sectoriales, de productos o empresas

- Defender a nuestras empresas y a nuestros productos frente a la competencia desleal.

Estamos en un mundo global, abierto y muy competitivo. Aceptar este hecho es ineludible. No podemos adoptar actitudes proteccionistas que hoy no tienen ningún sentido, ni apoyo legal posible.

Sin embargo, no podemos dejar de utilizar todos los recursos de la Región para asegurar una competencia leal que garantice la seguridad y la protección de los consumidores. En este sentido, se propone una amplia y continuada campaña que ponga el énfasis en erradicar de los puntos de venta, el contrabando y aquellos productos que no cumplan con la normativa de calidad, seguridad, información y protección del consumidor vigente en nuestro mercado, combinada con un sistema de alerta empresarial que vigile este tipo de competencia desleal y movilice a distribuidores y consumidores frente a la venta de estos productos.

- Reconocer y difundir buenas prácticas de empresas de éxito y extender la cultura de la internacionalización.

No sólo las empresas deben internacionalizarse sino que también la educación, la información, la investigación o la cultura. La apertura al exterior es también la apertura de la sociedad a través del aprendizaje de los idiomas, del interés por las culturas de otros países o por la educación multicultural.

En este sentido, proponemos la creación del “Centro de Cultura Empresarial Internacional” que movilice a los agentes económicos, sociales y a las empresas en el intercambio de buenas prácticas y experiencias de internacionalización, fomente la cooperación interinstitucional en el ámbito internacional y cree seminarios permanentes sobre todas las culturas.

- Red de profesionales y consultores en el exterior: Proponemos crear una red de empresas de servicios de consultoría en el exterior, que de forma coordinada proporcionen servicios profesionales a las empresas para desarrollar sus estrategias de penetración, tanto productiva como de distribución o comercialización en mercados de difícil acceso.

- Apoyar la fusión y cooperación entre empresas: La estructura empresarial regional se caracteriza por el predominio de la pequeña y mediana empresa. Esta circunstancia en un entorno cada vez más globalizado condiciona la competitividad y la estrategia empresarial en los mercados exteriores. En consecuencia, es necesario plantear una estrategia a mediano y largo plazo para aumentar el tamaño empresarial, cuyo mercado es ya la economía mundial.

En este sentido, proponemos que debe apoyarse e incentivarse con ayudas públicas la fusión entre empresas, así como la creación de fórmulas de cooperación empresarial estables como primer paso para la constitución de nuevas empresas con un tamaño más competitivo acorde con las condiciones de los mercados de productos de gran consumo.

- Potenciar las redes comerciales en el exterior: Sin duda la presencia de “redes comerciales” propias, concertadas o en franquicia en el exterior es la forma más avanzada para estar presentes en mercados maduros, próximos y con alta capacidad de consumo. Este salto estratégico es una asignatura pendiente en la exportación regional.
- Se debe impulsar plataformas logísticas que de forma conjunta o consorciada formen servicios de almacenamiento, distribución y servicios directos a los importadores y puntos de venta.
- Nuevos instrumentos financieros: Debemos impulsar el nacimiento de instituciones o líneas de capital de riesgo, para apoyar el desarrollo de las PYMES.
- Ampliar el número de PYMEs exportadoras como estrategia de desarrollo: Para que más empresas se conviertan en exportadores es muy importante el trabajo en contacto directo con las PYMES. Sin embargo es también necesario diversificar las herramientas para trabajar con las PYMES y flexibilizar las formas jurídicas de la cooperación empresarial para exportar introduciendo los “Acuerdos para exportar” como una declaración de intenciones previa y que implique a la vez apoyos y responsabilidades.
- Guías y servicios operativos en mercados emergentes: Las empresas que se inician en la internacionalización, amplían sus mercados, establecen relaciones de cooperación con mercados y territorios de culturas y lenguas

diferentes, necesitan asegurar el máximo nivel de calidad en la comunicación y la negociación intercultural. Proponemos la creación de un catálogo de guías y servicios de ayuda a la internacionalización que mejore la capacidad de acceso de las empresas a nuevos mercados.

3.2 PROPUESTA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS EN EL SECTOR

De acuerdo a información de la Gerencia Regional de Agricultura, se propone la ejecución de los siguientes proyectos, que coadyuven al desarrollo del sector en la región Arequipa. A continuación mostramos los más importantes:

- a) En temas de institucionalidad
 - Capacitación en temas administrativos a los operadores del sector en la región Arequipa, en sus diversas agencias agrarias.
 - Elaboración de normas legales ligadas al sector, que fortalezcan las decisiones en el ámbito regional.
 - Proyecto de generación de espacios de diálogo entre la parte privada y pública y lograr un consenso en las decisiones del sector.
- b) En temas de productividad
 - Proyecto de fortalecimiento de asociaciones agrícolas con visión empresarial.
 - Estudios de investigación de los potenciales productos de exportación de la región en el mercado internacional.
 - Programa de difusión de levantamiento de normas sanitarias en el mercado internacional.
 - Proyecto de construcción de un centro de acopio y procesamiento primario en la región.
 - Identificar y viabilizar la construcción de vías (MTC) con el fin de articular el área agrícola con el mercado.
- c) En temas de tecnología
 - Implementación de sistemas de riego por goteo en la costa y por aspersión en la sierra.
 - Proyecto de construcción de represas como Paltiture y Angostura.

- Instalación de un lugar de producción de semillas mejoradas en convenio con el INIA.
- d) En temas de logística
- Fortalecimiento de las agencias agrarias en temas de implementación y/o equipamiento en la región Arequipa.
 - Implementación de una red de servicios agrarios en las diversas agencias agrarias.
 - Propiciar proyectos en convenio con el sector privado en temas de cadenas de frío para productos de exportación.
- e) En temas de medio ambiente
- Proyecto de sensibilización a los agricultores en temas de cuidado del medio ambiente.
 - Implementación y fortalecimiento de proyectos relacionados a viveros
 - Implementación de un programa de cuidado de las defensas ribereñas.
 - Desarrollo de nuevos productos frente al cambio climático en la región.

3.3 IMPACTO DE EMPLEO EN EL SECTOR

Si bien es cierto como mencionamos anteriormente, el sector agro es uno de los sectores que más genera empleo, sin embargo la información respecto a los niveles de empleo en el sector agrícola a nivel de regiones y en forma desagregada es prácticamente deficiente y/o desactualizada. Por tal motivo exploraremos las relaciones que puedan ver a partir de la información agregada e indirecta sobre niveles de empleo, ingresos y relaciones laborales (condiciones de trabajo) según género.

3.3.1 Empleo Directo

La información existente en temas de agroexportación es nula, máximo se tiene información del sector agrícola como tal, mas no a nivel desagregado. Así tenemos

que según el Sistema de Información Regional del INEI, en Arequipa el sector agrícola y pesca representan a lo largo del periodo de análisis, en promedio un 14.95% de participación ubicándose en el segundo lugar después del rubro de Comercio (18.88%); es decir se registró una mayor cantidad de trabajadores dedicados a este rubro. Sin embargo, se generó también una disminución en los años 2012 y 2013 por mayores actividades del sector comercio principalmente, dado el auge que se tuvo en el sector minero y donde la población se dedicó a realizar actividades que complementen a éste sector. En el último año de análisis, la rama agrícola y pesquera registro una tasa de crecimiento en el orden de 6.85%, siendo una de las más altas y la cual fue generada por la agroexportación. Así mismo podemos mencionar que en términos generales el sector agrícola/pesquero emplea en el último año el 16% de la PEA de Arequipa. En mayor detalle observemos el siguiente cuadro.

Cuadro N° 28: Porcentaje de la PEA por ramas de actividad en Arequipa, Periodo 2010-2015

RAMAS DE ACTIVIDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2015	VAR.2014/2015
Agricultura / Pesca	15.50	16.80	13.40	13.80	14.60	15.60	6.85%
Minería	2.30	3.70	3.40	4.10	5.10	4.70	-7.84%
Manufactura	12.50	11.80	12.70	11.70	10.10	10.20	0.99%
Construcción	6.00	7.60	7.40	8.60	8.90	7.60	-14.61%
Comercio	18.60	18.10	19.30	20.10	18.40	18.80	2.17%
Transportes y Comunicaciones	7.90	10.00	8.90	7.90	9.10	10.10	10.99%
Otros servicios 1/	37.20	32.00	34.90	33.80	33.80	33.00	-2.37%
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

1/ Comprende Administración pública, hoteles y restaurantes, inmobiliarias, enseñanza y otros servicios sociales.

Fuente: Sistema de Información Regional (INEI, 2016)

A nivel nacional, el comportamiento de la rama agrícola/pesquera agrupa al mayor número de trabajadores en este sector a lo largo del periodo de estudio, en promedio 25.28%. En términos de dinamismo, en el último año la actividad minera registra el más alto crecimiento en el orden del 8.33%, lo cual fue generado por las mayores expectativas de grandes proyectos mineros como la ampliación de Cerro Verde, las Bambas, la ampliación de Toquepala, por citar algunos. En el siguiente cuadro mostramos dicho comportamiento.

Cuadro N° 29: Porcentaje de la PEA por ramas de actividad a nivel nacional,
Periodo 2010-2015

RAMAS DE ACTIVIDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2015	VAR.2014/2015
Agricultura / Pesca	25.80	24.70	24.50	24.80	25.60	26.30	2.73%
Minería	1.20	1.30	1.30	1.30	1.20	1.30	8.33%
Manufactura	10.50	10.10	10.50	10.10	9.50	9.40	-1.05%
Construcción	5.60	5.70	5.90	6.20	6.40	6.50	1.56%
Comercio	18.50	18.20	18.90	19.20	19.00	18.20	-4.21%
Transportes y Comunicaciones	7.90	8.00	7.70	7.70	8.00	8.30	3.75%
Otros servicios 1/	30.50	32.00	31.20	30.70	30.30	30.00	-0.99%
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

1/ Comprende Administración pública, hoteles y restaurantes, inmobiliarias, enseñanza y otros servicios sociales.

Fuente: Sistema de Información Regional (INEI, 2016)

En el área rural, la agricultura es uno de las ramas de actividad con menor productividad de mano de obra, dado el bajo nivel de educación de su fuerza laboral, y si aunamos a ello la presencia de una diversidad de unidades productivas. Por lo que el empleo también tiene condicionantes que de alguna manera contribuyen al comportamiento del sector en la región.

En el campo agro exportador la situación se revierte dado el pensamiento empresarial que en los últimos años en Arequipa se está fortaleciendo. Así mismo podemos citar que la agroexportación es una actividad intensiva en mano de obra, por lo que existe una correlación entre el incremento de las agroexportaciones y la generación de empleo. Pero ello estará en función también a que las áreas destinadas a los cultivos sean altas en productividad, de tal manera que la producción sea organizada en forma continua, para asegurar una demanda laboral continua. Esto lo mencionamos por que el sector tiene una demanda laboral temporal. Ello lo podemos corroborar en las entrevistas a los principales involucrados en el sector (Ver Anexo N° 1).

En términos de ingreso y dadas las limitaciones de información, podemos mencionar que la rama de agricultura, pesca y minería registra en promedio ingresos mensuales de S/. 1,384, y que en el último periodo muestra una tasa creciente favorable en el orden de 4%. Por lo que las expectativas en esta rama son favorables.

Cuadro 30: Ingreso promedio en la rama Agrícola/ Pesca/Minería en S/.por mes
Periodo 2010-2015

RAMAS DE ACTIVIDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2015	VAR.2014/2015
Agricultura / Pesca/Minería	1042.00	1430.00	1404.00	1410.00	1480.00	1540.00	4.05%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INEI.

En el campo netamente agroindustrial los ingresos que puedan percibir los trabajadores son mayores a la agricultura tradicional. Así podemos mencionar también que al haberse incrementado el número de trabajadores sus salarios también se han acrecentado y esta tendencia creemos que se seguirá manteniendo en la medida que las agroexportaciones se incrementen. También resaltamos las condiciones laborales, la cual se han visto beneficiadas en esta rama en los últimos años. Según el gerente de Grape Fields S.A.C, (Ing. Luis Rodrigues Begazo) cree que *“Se ha incrementado el empleo, debido a que se requiere de mayor mano de obra para un cultivo de exportación, el cual debe cumplir ciertos estándares de calidad. No obstante en Arequipa se tiene el costo más alto de mano de obra por jornal de todo el Perú (S/ 60.00), lo cual eleva los costos de producción, esto a causa de la menor disponibilidad de mano de obra agrícola en la región, bajo poder de negociación por parte de los agricultores, así como la presencia de la minería que es un sector que establece niveles de salarios más altos. Respecto a los trabajadores permanentes, se les ha formalizado, obteniendo los beneficios de ley”*.

A nivel institucional, se refuerza el comentario de la empresa agroindustrial Grape Fields S.A.C, el cual la Sociedad Agrícola de Arequipa (SADA) a través de su presidente Ing. Justo Díaz Cano Vizcarra, indica *“que el principal problema es la competencia con los jornales del sector minería, lo cual ha generado escasez de mano de obra calificada, llevando también a que la mano de obra con la que se cuenta suba su precio, lo cual incrementa los costos de producción”*. Por su parte la Gerencia Regional de Agricultura a través de sus funcionarios, explican que *“la mano de obra es abundante y especializada no obstante es informal y se contrata para trabajos específicos mediante cuadrillas. El precio del jornal es elevado, entre S/. 50 y S/. 80”*.

Como podemos observar en los comentarios de los principales agentes del sector, coinciden en que el costo de la mano de obra es elevada, lo cual fue generado por la

presencia del sector minero. En el anexo N° 1 detallamos las entrevistas a los principales agentes involucrados en el sector.



CONCLUSIONES

PRIMERA

En la estructura productiva (PBI) de Arequipa, el sector agrícola, caza y silvicultura ocupa el sexto lugar en términos de participación (6.80%) y con una tasa promedio de crecimiento de 3.13%. En términos de producción (cantidad), se observa que lo que más se produce en la región es lo que menos vale en el mercado, como por ejemplo: alfalfa y el maíz chala; productos que sirven para la alimentación del ganado. En un segundo grupo se encuentran productos de primera necesidad como: cebolla, arroz y papa. Seguidamente tenemos cultivos de limitada producción pero que sin embargo en promedio alcanzan mejores precios (productos de exportación).

SEGUNDA

Las exportaciones del Sector Agropecuario muestra un nivel de participación de 3.17% respecto a todos los sectores de exportación de la región, ocupando el tercer lugar en el periodo 2010 - 2014. En cuanto al ámbito no tradicional de la región Arequipa se encuentra en el segundo lugar después del sector textil (3.77%). Los productos más representativos del sector son: las alcachofas, uvas, cebollas, nueces, algas, quinua, agua mineral etc.

TERCERA

El Sector Agropecuario no tradicional registra un crecimiento promedio anual de 8% ubicándose en el quinto puesto del total de los sectores en el ámbito No Tradicional que la región Arequipa exporta. En tanto el tradicional (Agrícola) registra un mayor crecimiento en el orden del 21%, no obstante su participación en la estructura general de las exportaciones es menor (0.09%) destacando las exportaciones de café, azúcar y pieles.

CUARTA

La oferta exportable arequipeña en el 2015 en cuanto a productos agrícolas no tradicionales se dirigió a 66 países, mientras que en 2010 solo les vendía a 35 países aproximadamente. En 2010, los cinco principales destinos de nuestras agro exportaciones (EE.UU., España, China, Colombia y Chile) explicaban el 78% de las exportaciones agrícolas no tradicionales, mientras que en el 2015, los cinco destinos más resaltantes (EE. UU., España, China, Alemania y Chile) concentraron el 78% de las exportaciones. Ello se deriva de la mayor participación del comercio con EE. UU. Y China

QUINTA

En términos de bloques económicos, las exportaciones no tradicionales del sector agrícola de la región Arequipa, muestra como principal destino los miembros del NAFTA (36%), seguido de los países que integran la Unión Europea (28%), luego le siguen en orden de importancia la CAN y Resto de Asia (14% y 13% respectivamente). En quinto lugar, aparecen los despachos al país de Chile, con una participación de 5%.

SEXTA

Los principales productos priorizados que la región Arequipa puede exportar en el sector, dado el mercado exterior, su desarrollo exportador, su oferta productiva y niveles de rendimiento son: Flores, Alcachofa, Cebollas, Paprika Seca, Maca, Tomates, Zanahorias, Ajos, Aceituna, Papas, Hongos del genero Agaricus, Habas, Frijoles, Uvas, Paltas, Fresas, Aguaymanto, Granada, Mangos, Quinua, Kiwicha, Maíz morado, Harina de cereales, Pisco, Cúrcuma, Cochinilla, Productos naturales de Infusión, Orégano, Maíz “variedad cancha montaña” y maíz “mote” y Mandarinas.

SEPTIMA

En términos de precios de los principales productos priorizados, comparando con el precio mundial, la tendencia es favorable para estos productos. Se puede observar el incremento promedio anual de los precios de los frijoles con un 180%, luego tenemos a los mangos en un 119%, seguido de las papas con el 65% entre los principales. Con precios promedio de US\$/Kg de 0.95; 2.54 y 0.43 respectivamente. Si hacemos una comparación con los precios que se ofertan mundialmente, podemos ver la competitividad de casi todos los productos priorizados, por lo que las expectativas de permanencia en el mercado internacional es atractiva, de ahí, esperamos que el presente estudio sirva como una herramienta para los agroexportadores e instituciones ligadas al sector tanto privadas como públicas para poder apoyar y/o reflotar el sector y por ende generar posicionamiento de éstos productos que la región produce en el mercado internacional.

OCTAVA

En cuanto a otros productos priorizados, el género cucurbitáceas (melones, pepino, caigua y zapallos) cuentan con numerosas especies y variedades con demanda en Chile, EE.UU., Inglaterra y España. Para ingresar a los dos primeros países con cucurbitáceas debemos primero erradicar a la mosca de la fruta. La otra posibilidad es de producir cítricos de alta demanda internacional, como el limón real, las propias mandarinas y la toronja rubí, pasa por realizar investigación adaptativa de éstos y varios otros frutales de expectante demanda.

Otro proceso agroindustrial que abriría las puertas a varias frutas y hortalizas es el congelamiento. Con un túnel IQF se podrían producir frutillas, arvejas, brócoli, para el creciente mercado de frutas y hortalizas procesadas.

NOVENA

Dada la limitación de información, podemos concluir que la agroexportación genera un gran impacto en las exportaciones de la región, así en términos de empleo, el sector agrícola emplea el 16% de la PEA de Arequipa. En el campo netamente agroindustrial los ingresos que puedan percibir los trabajadores son mayores a la agricultura tradicional (entre S/. 50 y S/. 80 en promedio por jornal), adicional a esto también han mejorado las condiciones laborales del personal contratado. Sin embargo el sector tiene una gran tarea de identificar y revertir los factores que mantienen su desarrollo agroexportador, el cual aún es atrasado respecto al alcanzado en otras regiones, con similares, y aun menores condiciones naturales.



RECOMENDACIONES

PRIMERA

Se recomienda una orientación a la generación de políticas económicas agrícolas que se ajusten a la realidad del agricultor. Así mismo fomentar aún más el desarrollo de la agricultura orgánica, con el objetivo de producir un sector ligado al medio ambiente.

SEGUNDA

También debe brindarse apoyo a los agricultores donde sus áreas agrícolas se encuentran amenazadas por desastres naturales. Ya sea con asistencia técnica o con financiamiento.

TERCERA

Generar la necesidad de una coincidencia de todos los estamentos involucrados (agricultores, empresarios, academia y estado), la cual se fortalecería con la asistencia catalizadora de programas que promuevan la solución de problemas tecnológicos, y desarrollen competencias empresariales, dada la escasez de empresarios en el sector e información técnica.

CUARTA

Capacitar a los agricultores pero en términos de complementariedad, es decir, hacer un seguimiento del impacto que se pueda tener para generar una oferta exportable sostenida y fortalecida, tanto para el mercado local como internacional.

QUINTA

Propiciar una cooperación marco entre el gobierno central y regional para la ejecución de proyectos que amplíen la frontera agrícola en la región.



BIBLIOGRAFIA

LIBROS

1. Charles W.L.Hill. (2011). Negocios Internacionales, Competencia en el mercado Global (Octava edición). México: Mc Graw Hill.
2. Harold Koonts & Heinz Weihrich & Mark V. Cannice.(2013). Administración, Una perspectiva global y empresarial. (Decimocuarta edición). México: Mc Graw Hill.
3. Philip R. Cateora & Mary C. Gilly & John Graham. (2013). Marketing Internacional. (Decimosexta edición). México: Mc Graw Hill.
4. Cesar Augusto Bernal Torres (2011). Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. (Tercera edición). España: Pearson Educación.

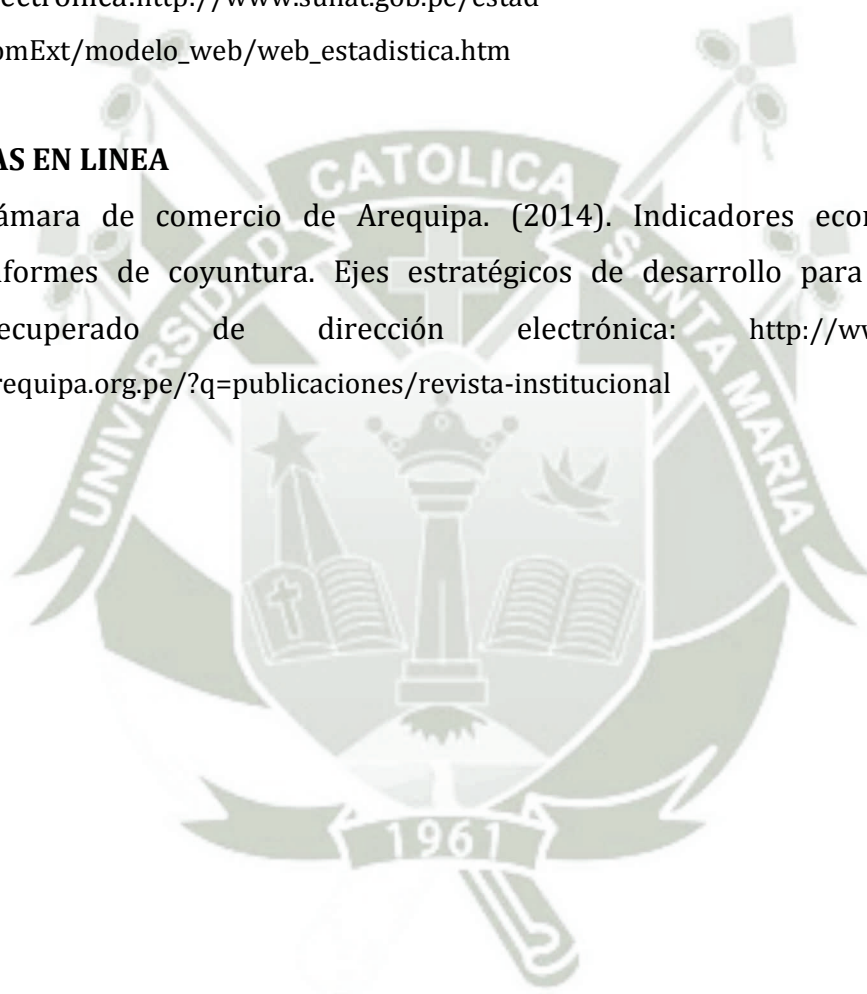
DOCUMENTOS ELECTRONICOS

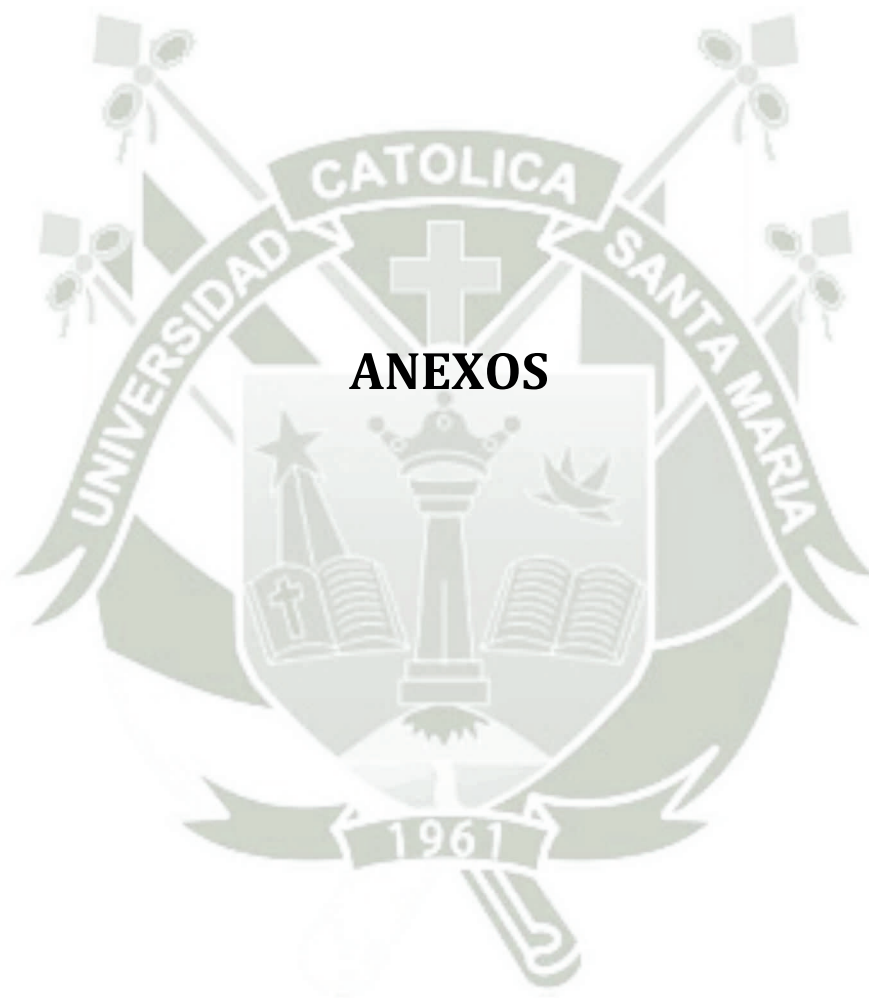
1. Organización Mundial del Comercio. (2014). Base de datos, publicaciones y herramientas. Dirección electrónica: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/data_pub_s.htm
2. Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014). Perú, Serie de cuentas nacionales. Dirección electrónica:http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1160/
3. Banco Central de Reserva del Perú. (2015). Series Estadísticas. Dirección electrónica: <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>
4. Ministerio de Economía y Finanzas. (2015). Agenda de Competitividad 2014-2018.Dirección electrónica:http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=section&id=30&Itemid=100732&lang=es
5. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). Planes operativos de mercado. Dirección electrónica:<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=799>

6. Ministerio de la Producción. (2015). Datos estadísticos de comercio interno. Dirección electrónica:<http://www.produce.gob.pe/index.php/estadistica/comercio-interno>
7. PROMPERU. (2015). Informe de las exportaciones peruanas por sector, 2014-2014. Dirección electrónica:http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=892.42200
8. SUNAT. (2015). Estadísticas de comercio exterior, 2010-2014. Dirección electrónica:http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm

REVISTAS EN LINEA

1. Cámara de comercio de Arequipa. (2014). Indicadores económicos e informes de coyuntura. Ejes estratégicos de desarrollo para Arequipa. Recuperado de dirección electrónica: <http://www.camara-arequipa.org.pe/?q=publicaciones/revista-institucional>





ANEXO N° 1

ENTREVISTAS A INVOLUCRADOS

ENTREVISTA 1

Entidad: Gerencia Regional de Agricultura de Arequipa

Funcionario: Ing. Gustavo Zúñiga

Cargo: Responsable de la Unidad de Estadística

Área: Sub Gerencia Información Agraria

Tema: Producción de Productos Agrícolas en la región Arequipa

1. Tomando en cuenta aspectos generales de la producción. En los últimos cinco años ¿Cuáles han sido los principales productos agrícolas producidos en la región Arequipa?

La mayor área sembrada en la región está destinada a la producción de forraje para alimentar al ganado para producción de leche, casi un 70% de la superficie sembrada está destinada a estos cultivos, otros productos importantes son arroz, papa, maíz amiláceo, trigo duro.

La aceituna, paltas, ajos, cebollas, paprika, alcachofas, orégano así como casi la totalidad de los cultivos de uva son destinados a exportación

2.¿Qué mercados atiende actualmente Arequipa con sus productos agrícolas?

El mercado local, la región sur, y con algunos productos como la cebolla y el ajo al mercado nacional

3.¿Qué factores influyen directa e indirectamente en el desarrollo de la producción del sector agrícola?

El “minifundio” y la idiosincrasia de los agricultores que no les permite asociarse entre sí, se convierten en factores limitantes para el desarrollo de la producción agrícola, no teniendo problemas con disponibilidad de agua.

El acceso a información también es un factor importante, no obstante los agricultores no emplean la misma para planificar su producción, guiándose más de las recomendaciones de agricultores vecinos.

4. En cuanto a producción ¿Cómo se ha comportado el sector agrícola en los últimos cinco años en Arequipa?

A pesar de todo, Arequipa viene creciendo, debido a que el agricultor ha mejorado su manejo de tecnologías, lo cual le permite tener mejores producciones en términos de volumen,

5. En cuanto a la Gerencia Regional de Agricultura, como órgano del Estado ¿Cuál es su rol en el desarrollo del sector agrícola?

La función principal es brindar información, la cual actualmente no viene siendo empleada de forma eficiente

6. Centrándonos en los productores, ¿Cuáles son los principales problemas que afrontan dentro del sector agrícola? ¿Qué apoyo se les está brindando?

No están alcanzando buenos volúmenes de producción y no están obteniendo un buen precio debido a la falta de asociatividad por la idiosincrasia de los agricultores.

7. ¿Actualmente se les brinda a los productores asesoría respecto a manejo de costos y precios a fin de lograr una mayor rentabilidad para los mismos?, ¿Qué mejoras se han logrado en este ámbito?

No, ya que solo algunos grupos de agricultores se preocupan por llevar un control de costos, los demás no llevan siquiera registro de los gastos. Se les ha dado asesoría en “buenas prácticas” para la agricultura

8. En cuanto a los volúmenes producidos ¿Qué productos se han contraído en los últimos años?, ¿Por qué? y ¿Qué productos se vienen impulsando? ¿De qué forma?

Ninguno se ha contraído, el único que dejó de sembrarse fue el esparrago debido a un rechazo en mercado de destino por factor sanitario.

Se viene logrando obtener mayor productividad por hectárea sembrada en productos como la quinua.

Actualmente se vienen impulsando los frutales como la palta y uvas, cereales como quinua y kiwicha

9.¿Cuál es el rol de INIA en el desarrollo e impulso de nuevos productos agrícolas en la región?

El rol de INIA es la investigación, sembrar campos demostrativos obteniendo variedades nuevas de productos, para poder proporcionar semillas a los productores. INIA Arequipa está cumpliendo su rol, no obstante lo hace de forma más lenta que en otras regiones

10.En cuanto a infraestructura, niveles de rendimiento y tecnología, ¿Existen grandes diferencias entre los cultivos agrícolas de la costa frente a los de la sierra?

Si, por ejemplo en la altura de la sierra aún se vienen empleando herramientas ancestrales como la chaquitacla y la yunta en agricultura de supervivencia, a diferencia de la costa donde se emplea maquinaria moderna.

11.¿Qué zonas concentran mayor actividad agrícola en Arequipa?

Todas las provincias cuentan con producción agrícola, cada provincia con diferentes productos.

12.¿Qué proyectos se vienen desarrollando para impulsar el sector agrícola en la región?, y ¿Cuál es el impacto que se espera en la economía de Arequipa?

No se amplía la frontera agrícola desde hace varios años, por el contrario la campiña de Arequipa ha ido desapareciendo.

El único proyecto es Majes-Siguas II de 38 000 hectáreas que aún no tiene fecha definida de salida. No se tienen otros proyectos ya que las demás cuencas de la región han sido declaradas agotadas, como el caso de Pampa Colorada y otras. Se precisa de la construcción de represas, mas no se tienen políticas adecuadas.

13. En pro de lograr una mayor y mejor oferta exportable ¿Cómo considera usted que se puede fomentar el desarrollo de los pequeños agricultores de la región frente a medianas o grandes empresas?, ¿Se está dando la asociatividad entre pequeños productores?

Actualmente los mismos agricultores están afrontando solos los gastos y riesgos de las siembras de productos para exportar, como por ejemplo la cochinilla. Se precisa de la instalación de plantas de procesamiento y empaque para productos agrícolas de exportación.

14. Respecto al financiamiento y tecnología para este sector, ¿Es de fácil acceso en la región Arequipa?, de no ser así ¿Qué se requiere?

No es de fácil acceso, por motivo de alto riesgo en algunos productos, Agrobanco solo da financiamiento a algunos agricultores, quienes financian actualmente son las Cajas y en algunos casos los molinos en el caso de la producción de arroz. Se precisa de financiamiento y de seguros para la producción agrícola

15. Adicional al crecimiento de los productores del sector agrícola, ¿Considera usted que los demás participantes de la cadena de valor están creciendo o mejorando en la medida necesaria para poder canalizar la producción hacia el mercado internacional?, de no ser así, ¿Qué se necesitaría?

Se están constituyendo plantas de procesamiento pero por iniciativa privada, se requiere iniciativa pública, proyectos por parte del estado.

16. ¿Considera usted que el actual nivel de profesionales y técnicos formados en la región, es el adecuado para apoyar el crecimiento del sector?, y ¿De qué forma

trabaja el estado con las instituciones educativas en pro del desarrollo de la actividad agrícola en la región?

No, debido al bajo nivel de formación que se tienen en el ámbito práctico. Actualmente las universidades no realizan investigación.

17.¿Cómo ve la generación de empleo en el sector agrícola de Arequipa?

En el sector agrícola la mano de obra es abundante y especializada, no obstante es informal y se contrata para trabajos específicos mediante cuadrillas, el precio del jornal es elevado, entre S/. 50 y S/. 80

18.¿Cómo afecta el fenómeno “El Niño” la producción agrícola en la región?

Al ser un fenómeno cíclico e impredecible en cuanto a daños posibles, afecta la agricultura y vías de comunicación, ante esto las autoridades no toman acciones de prevención apropiadas para minimizar daños.

19.¿Tiene conocimiento de políticas agrarias para fomentar la producción agrícola en la región?, ¿Cuáles?

Actualmente no se tienen políticas agrarias definidas.

20.En cuanto al proceso de exportación de los productos de la región ¿Existe un trabajo coordinado entre el MINAGRI, SUNAT, SENASA, y Cámara de Comercio para facilitarlas?

No, actualmente los exportadores, acopian y exportan, ellos realizan de forma independiente todo el proceso.

21.¿Por qué cree que algunas exportaciones de la región son retornadas al momento de ingresar al mercado destino en el exterior?

Debido a que los países de destino son exigentes, y algunos agricultores por lograr mayor productividad aplican insumos prohibidos. Estos problemas de rechazo no permiten la asociatividad debido a la desconfianza que existe entre productores por que la calidad varía entre productores y no pueden juntar sus producciones para exportación. En contrapartida, existen provincias como La Unión, donde son muy cuidadosos con los insumos que emplean y su producción ha sido declarada orgánica, esto demuestra que la asociatividad puede dar beneficios al agricultor

22.¿Qué recomendaciones daría para poder fomentar el desarrollo de la agricultura? Trazar políticas de desarrollo, construir redes de información agraria, se precisa de planificación y diseño para alcanzar objetivos.

ENTREVISTA 2

Entidad: SENASA

Funcionario: Julver Vilca Espinoza

Cargo: Jefe

Área: Sanidad Vegetal

Tema: Exportaciones de Productos Agrícolas

1. Tomando en cuenta aspectos generales las exportaciones de Arequipa. En los últimos cinco años ¿Cuáles han sido los principales productos agrícolas exportados desde la región Arequipa?

A raíz de la erradicación de la mosca de la fruta, se han abierto mercados en el sub sector Frutas, por ejemplo, uva, granada, palta, que se exportan frescas. Se ha presentado un incremento considerable en la exportación de Frutas, tomando como dato referencial, que en un inicio las exportaciones de uvas sumaban 50 contenedores y al finalizar el año 2015 se lograron exportar 414 contenedores, los cuales son enviados a países asiáticos, europeos y Estados Unidos, cumpliendo con los requisitos o planes de trabajo estipulados por cada destino. Respecto a cítricos, recién se estarían abriendo nuevos mercados. Productos como quinua y kiwicha continúan siendo exportados, así como castañas, maíz, aji paprika, pimientos, aceituna, cebolla.

2. ¿Qué mercados en el exterior, atiende actualmente Arequipa con sus productos agrícolas?, ¿Qué otros mercados se están abriendo y mediante qué acuerdos comerciales?

Se atiende una gran cantidad de mercados, por ejemplo, para frutas se tienen principalmente mercados asiáticos como China, Taiwán, Japón, Indonesia.

En cuanto a otros productos se atienden mercados como Australia en Oceanía, además de los países de Norteamérica y Europa como España, Holanda, Alemania y Suiza, en Sudamérica se exporta también a Chile y Bolivia, los cuales presentan diferencias en cuanto a acceso.

De acuerdo a los Tratados de Libre Comercio firmados, se están abriendo mercados asiáticos

3. Dentro de un acuerdo comercial, ¿En qué ámbito, tiene incidencia Senasa a fin de lograr facilitar las exportaciones agrícolas?

Senasa tiene incidencia en los ámbitos Fitosanitario, Zoonosanitario y de Inocuidad de Alimentos. Para lograr facilitar las exportaciones se realizan planes de trabajo con homólogos en otros países que forman parte del acuerdo comercial. Se realizan planes de trabajo específicos por producto, para evitar que inspectores de ambos países viajen para aprobar la calidad de los mismos, ampliando así la confiabilidad de nuestros productos.

4. ¿Qué factores influyen directamente en el desarrollo de la exportación de productos agrícolas?

Las plagas, pueden limitar el acceso a algunos mercados internacionales, por ejemplo la mosca de la fruta, siendo Arequipa una zona erradicada de mosca de la fruta, no tiene acceso a ciertos mercados que exigen que la zona sea declarada libre de mosca de la fruta, lo cual afecta a las exportaciones.

5. ¿Cómo se han comportado las exportaciones el sector agrícola en los últimos cinco años en Arequipa?

Las exportaciones se vienen desarrollando de forma creciente, gracias a erradicación de la mosca de la fruta. Para evitar que el auge de las exportaciones se vea afectado se viene trabajando con los agricultores en manejo integrado de plagas y alumnos en las escuelas.

6. En Cuanto a Senasa como órgano del Estado, ¿Cuál es su rol en el proceso de exportación de productos agrícolas?

Ente fiscalizador y de control de aspectos Zoonosológicos y Fitosanitarios, certificando los productos que se van a exportar.

7. Tomando en cuenta los principales países destino de las exportaciones ¿Que avance ha logrado Senasa o el Estado Peruano para agilizar el ingreso de nuestros productos a esos mercados?

Senasa es el ente negociador, en el caso de que un producto desee ser exportado, empleando un análisis de riesgo de plaga, en el cual evalúa una producción muestra, y publica los resultados en la web de Senasa para que la información este a disposición de algún país que demande este producto. Para lograr la exportación se debe tener autorización de ambos países para lo cual Senasa negocia los aspectos fito y zoonosológicos de la transacción. Por lo tanto Senasa puede autorizar o negar el ingreso o salida de productos del mercado nacional.

8. ¿Qué tipo de certificaciones emite Senasa al realizarse una exportación agrícola?

Emite dos certificados:

Certificado fitosanitario de exportación, en el cual se tratan temas referidos a plagas

Certificado sanitario de exportación, en el cual se tocan contaminantes y residuos

9. En Resumen, ¿Cuál es el proceso a seguir para lograr una certificación de Senasa?

El usuario, debe tener claro el país destino de exportación, según eso se consideraran los requisitos necesarios para que el producto acceda a ese mercado; usuario presenta su solicitud, teniendo listo ya el producto y la negociación realizada; Senasa realiza inspección, y emite certificados requeridos según mercado de destino.

10. ¿Cuál es el costo para un productor, por acceder a una inspección y certificación de Senasa?

En cuanto al derecho de certificación, se tiene una escala sujeta al peso a exportar, teniendo como precio base S/. 114.00 hasta 20 Tn.

Respecto al derecho de inspección, son S/. 44.00

11. Centrándonos en los productores, ¿Cuáles son los principales problemas que afrontan dentro del sector agrícola al momento de exportar? ¿Qué apoyo se les brinda?

Los principales limitantes que enfrentan los productores son las plagas pueden generar una disminución en volúmenes de producción debido a un mal manejo de las mismas.

Senasa no brinda apoyo a los agricultores debido a que no forma parte de sus funciones el dar capacitaciones, las cuales les corresponde a los gobiernos regionales.

12. Acerca del volumen exportado ¿Qué productos se han contraído en los últimos años?, ¿Por qué? y ¿Qué productos se vienen impulsando? ¿De qué forma?

En el último año se ha contraído la quinua por rechazos, si bien existen países que no exigen certificados, ya se han detectado residuos en el producto al ser analizados en el mercado de destino, lo cual ha generado el rechazo de los mismos, por ende se dio una caída en el volumen exportado, así como en el precio lo cual afecta a los productores de la región. Los granos como maíz y frutas como aceituna han

disminuido también básicamente por tema de precio en el mercado internacional, muchas veces obteniendo mejores precios en el mercado local.

En cuanto a los productos que vienen creciendo se tienen la uva, granada, palta, paprika y pimientos.

13. En cuanto a volúmenes de producción y calidad, ¿Considera que la oferta exportable de Arequipa está cubriendo la demanda del mercado internacional?

En algunos productos no se está satisfaciendo la demanda en términos de volumen, debido al problema del “minifundio”o cual no permite alcanzar los volúmenes necesarios, debido a la dificultad de la asociatividad entre pequeños productores, a diferencia de otras regiones del país donde los productores tienen propiedades más extensas por lo cual les es más fácil alcanzar los volúmenes demandados en el mercado internacional. En cuanto a la calidad en agricultura intensiva, los agricultores tienen un manejo muy bueno del aspecto sanitario, y técnico de su producción, lo cual permite alcanzar una muy buena calidad, la cual no varía mucho entre productores.

14. En pro de lograr una mejor y mayor oferta exportable ¿Cómo considera usted que se puede fomentar el desarrollo de los pequeños agricultores de la región frente a medianas o grandes empresas?, ¿Se está dando la asociatividad entre pequeños productores?

Se puede fomentar el desarrollo mediante la asociatividad, la cual permitiría planificar mejor la producción y así poder atender la demanda externa

15. En cuanto a la cadena de valor, adicional al crecimiento de los productores del sector agrícola, ¿Considera usted que los demás participantes de la cadena de valor están creciendo o mejorando en la medida necesaria para poder canalizar la producción hacia el mercado internacional?, de no ser así, ¿Qué se necesitaría?

Si han crecido, actualmente en la mayoría de casos son grandes empresas como Pampa Baja, Camposol u otras las que producen o acopian y empacan para exportar,

al ser empresas grandes pueden agilizar el proceso de exportación mediante su organización, así mismo se han reducido los tramites y la burocracia para facilitar las exportaciones mediante la Ventanilla Unica de Comercio Exterior implementada por el Mincetur

16. ¿Qué expectativas de crecimiento se tiene de las exportaciones de productos agrícolas de Arequipa para los siguientes cinco años?

En la campaña 2014-2015 se tuvieron mejores resultados que en la campaña 2015-2016, un factor que ha generado diferencias es el contrabando de productos hacia el país de Bolivia, no siendo reportadas esas exportaciones.

17. Teniendo en cuenta que existen productos los cuales no son producidos en la región, más son exportados desde Arequipa, ¿De qué forma se puede identificar el origen exacto de los productos?

Para lograr una trazabilidad, Senasa viene regulando las exportaciones que cuentan con un plan de trabajo, partiendo de una inspección al lugar de producción previa al inicio de la campaña de producción del producto, después de la misma, Senasa puede realizar observaciones o dar recomendaciones para que los productos lleguen en optimo estado a la fase de “packing”, todo esto facilita la obtención de las certificaciones, y a su vez permite a Senasa llevar control de los lugares de producción al dar autorización a los mismos.

Cuando hay plan de trabajo, se le puede hacer un mejor seguimiento a los productos.

18. ¿Senasa trabaja en conjunto con otras organizaciones del estado para facilitar las exportaciones?

Con todos los involucrados en el proceso, como Mincetur, Gobierno Regional, Ministerio de Agricultura, INIA, Agro Rural y otros mas

ENTREVISTA 3

Agente involucrado: Entrevista a Productor

Empresa: Grape Fields S.A.C.

Funcionario: Luis RodríguezBegazo

Cargo: Gerente

Tema: Producción y Exportación de Productos Agrícolas

1. ¿Qué productos agrícolas produce actualmente? ¿Ha producido otros antes?, de ser así ¿Por qué dejo de producirlos?

Actualmente se produce uva “Red Globe” y cebolla “Amarilla”, esto en base al seguimiento que se realizó a la demanda del mercado. En el caso de la uva, la producción de esta se inició debido a la identificación de una temporada no atendida por otros productores internacionales al mercado chino, la cual va desde Agosto a Febrero, iniciándose la producción en el año 2005 en la región Ica para cubrir la demanda. Años después iniciamos la producción en Arequipa aprovechando la mejor calidad de la misma frente a la de Ica lo cual a su vez permitía fijar un mayor precio.

Antes produjimos otros productos como papas, cebollas, ajo, maíz, para el mercado local. Estos productos dejaron de producirse debido a que resulta más rentable atender al mercado internacional con los productos actuales, logrando mejores precios y evitando la inestabilidad de los precios en el mercado local

2. ¿Dónde produce sus diferentes productos?

En la Irrigacion Majes en el Pedregal, Arequipa

3. ¿Qué mercados atiende actualmente con sus productos?

Uva inicialmente a Bolivia, luego ya se inició la exportación a Asia, a China y a Vietnam, además de Rusia en Europa

La cebolla va a Estados Unidos y a España

4. ¿Exporta directamente o indirectamente sus productos?, ¿En qué presentación los comercializa?

Indirectamente, a través de una exportadora (trading) esto debido a que el volumen producido es insuficiente para atender los pedidos de los importadores en el mercado internacional. Además de exportar indirectamente, la producción es entregada sin procesar a una planta procesadora y empacadora, la cual logra que los productos tengan la presentación estándar que se maneja en el mercado internacional.

La presentación estándar que se emplea para uva, es la siguiente: cajas de 8.2 kg, dentro de la cual van 9 bolsas de aproximadamente 900 gr, las cuales a su vez pueden contener uno o dos racimos. La uva se puede clasificar por color, tamaño de la uva y tamaño del racimo de uva

En tanto para la cebolla se emplean sacos o mallas de 25 kg, esto debido al peso máximo que puede cargar una persona por seguridad al momento de la estiba o carguío de las mismas. La cebolla es clasificada por calibre respecto a su diámetro, el cual varía según el mercado de destino.

5. ¿Qué factores influyen directamente en el desarrollo de su producción y exportación?

Se tienen escenarios distintos para los dos productos actuales, en el caso de la uva debido a que una vez que se inicia la producción de la misma, la planta tiene una vida útil de quince años, así que la producción se da de forma anual e ininterrumpida, no obstante los factores que influyen en la producción son: el clima, que si bien es estable en Majes, se pueden dar variaciones importantes esporádicamente, como las presencia del fenómeno “El Niño” el cual puede incrementar la temperatura, y a su vez generar sobrecostos para contrarrestar sus efectos, además de afectar la calidad del producto; la mano de obra; la disponibilidad de agua; la falta de planificación de la producción, la cual no tiene apoyo del

ministerio de agricultura; la poca disponibilidad de información del sector agrícola, que puede generar exceso de oferta en el mercado, en consecuencia, perdida para el agricultor por no poder competir con los precios bajos establecidos en por el mismo mercado. Adicional a los factores que influyen en la producción, al momento de exportar es muy importante el tipo de cambio.

6. ¿Cómo define el comportamiento que han tenido sus exportaciones en los últimos cinco años?

Desde el año 2012, que iniciamos las exportaciones hasta el 2015 se han mantenido los volúmenes producidos y exportados, teniendo como meta iniciar la expansión en el 2016. Por otro lado, debido a que existe mayor oferta de otras regiones peruanas hacia el mercado internacional, los precios han ido disminuyendo año tras año y el mercado se ha vuelto más exigente en términos de calidad, para lo cual la decisión que se tomó, fue apostar por un producto de mayor calidad y de esa forma ser menos susceptibles a la disminución de precios y lograr que el producto sea rápidamente colocado en el mercado.

7.¿Qué ventajas comparativas considera usted que tienen sus productos frente a otros productos en el mercado internacional?

La zona en que se produce actualmente tiene ventajas sobre otras zonas del Perú y otras zonas del mundo, debido al clima estable, lo cual facilita la obtención de productos de calidad a un menor costo de producción, debido al ahorro que se puede lograr al emplear menor cantidad de materiales o fungicidas para proteger el sembrío, ya que el clima no facilita la propagación de enfermedades o plagas, así mismo, el agua de la región es dulce, por tanto, a comparación de otras regiones se tiene un ahorro al no tener que invertir en la desalinización del agua.

En conclusión la principal ventaja de los productos está en un menor costo de producción y la segunda es que debido a la estabilidad del clima durante el año, pueden producir a contra estación de otras zonas productoras y atender la demanda del mercado internacional.

8. ¿Cuáles son los principales problemas que afronta al realizar una exportación?

Los principales problemas que podrían afrontarse, se darían si acaso no se cumplieran a cabalidad con los procesos y estándares de calidad requeridos en cada etapa del proceso de producción y entrega al cliente, lo cual generaría un daño al producto, generando diferentes problemas y consecuencias para cada participante de la cadena de valor.

En el caso del productor, debe cumplirse con colocar todos los aditivos y materiales necesarios para garantizar la calidad del producto y el tiempo de vida que debe tener para llegar al punto de entrega.

En el caso de la planta procesadora, se debe dar una correcta selección de productos. En cuanto al exportador y la operación logística que debe realizarse para entregar el producto en el destino, deben evitar que se interrumpa la cadena de frío la cual ya viene desde el campo.

Una medida de protección ante estos posibles problemas, es la contratación de un seguro.

9. En cuanto a la producción y exportación de sus productos, ¿Recibe apoyo del estado?

Respecto al apoyo que brinda el estado, este es dado en forma de incentivo a las exportaciones, con beneficios tributarios, algunos programas brindados por el ministerio de agricultura, apoyo de Agrobanco, no obstante todo este apoyo resulta ser insuficiente y de entrega tardía, así como difícil de llevar debido a la dificultad para asociarse con otros agricultores en pro de un fin común, sumándose también a esto que las tasas de financiamiento ofrecidas por Agrobanco no resultan atractivas al no ser menores que las tasas de otras entidades.

10. ¿Qué factores toma en cuenta al momento de fijar precios para el mercado internacional?

Al entregarse los productos en consignación al exportador (trading), se fija un precio referencial no definitivo, del cual se recibe la mitad del importe por el volumen

entregado, y no se fija un precio final, sino hasta la entrega en el punto de destino, tomando el precio a la fecha de la entrega en el mencionado punto, que es cuando se completa el pago al productor por parte del exportador.

11. ¿Considera que los volúmenes exportados por su empresa están cubriendo la demanda de sus clientes?, de no ser así, ¿Cómo es que planea afrontar la mayor demanda?

No, actualmente la demanda por productos originarios de Arequipa es mayor, debido a la buena reputación que han obtenido en términos de calidad y resistencia a las dificultades propias del transporte para la entrega.

Se tiene planificada la expansión, para lo cual se está trabajando en el financiamiento

12. En lo que se refiere a constitución de nuevas empresas, asociaciones, cooperativas u otros competidores ¿Cómo ve el desarrollo del sector agrícola en Arequipa?, ¿Cree usted que puede formarse un “cluster agrario” que fortalezca de la cadena de valor?, ¿Cómo beneficiaría esto a la oferta exportable?

Debido al reducido tamaño promedio de propiedad agraria en la región, siendo de 2 o 3 hectáreas por propietario, es difícil el crecimiento, debido a que la asociación de los mismos no perdura por la diversidad de ideas y objetivos de los agricultores, además de la falta de apoyo e impulso del estado, terminando en la disolución de las pequeñas asociaciones.

Para lograr que estas asociaciones perduren y sean impulsadas a fin de lograrse un “cluster agrario” deben reducirse los parámetros, como los tamaños de grupos exigidos en programas del estado, de esa forma se evita tener miembros que terminan fomentando la desunión por discrepancias, ya que solo se asociarían agricultores con un mismo objetivo, y se precisa también de mayor seguimiento y soporte por parte del estado, para lograr que los participantes se abran a la asociación de tal forma que compartan información, conocimientos en pro de un fin común. Actualmente la asesoría en el sector es brindada por profesionales y técnicos chilenos.

13. En cuanto la infraestructura de la zona donde se desarrolla su actividad, ¿Qué proyectos se vienen realizando o están por iniciar?, ¿Cómo lo beneficiaría?

En el caso de Majes-Siguas II, se tendrán mayores beneficios, en términos de manejo de agua, frente al actual suministro en Majes-Siguas I el cual es deficiente, lo cual lo hace muy atractivo.

Adicional a Majes-Siguas II que ya está por entrar a la etapa de subasta, en el futuro se requeriría de una represa adicional para garantizar el abastecimiento de agua, se requiere que mejoren o amplíen las vías de comunicación con el puerto de Matarani, así como adecuar y especializar el puerto de Matarani para las exportaciones agrícolas, también es importante el que el Estado invierta en una planta procesadora, así como incrementar, agilizar y garantizar la presencia en la zona de entidades del estado que forman parte del proceso burocrático de toda exportación, a fin de apoyar el desarrollo del sector.

14. En pro de lograr una mayor y mejor oferta exportable ¿Cómo considera usted que se puede fomentar el desarrollo de los pequeños agricultores de la región frente a medianas o grandes empresas?, ¿Se está dando la asociatividad entre pequeños productores?

Se requiere, de capacitación y asesoría técnica para los mismos por parte del Estado, debido que al realizarlo de forma privada se generan gastos adicionales; facilidades para el financiamiento por parte del Estado mediante Agrobanco, ya que el financiamiento privado es muy caro, debido al alto riesgo, lo cual conlleva a pagar tasas más altas; por último, garantizar el suministro de agua para la producción.

15. Adicional al crecimiento de los productores del sector agrícola, ¿Considera usted que los demás participantes de la cadena de valor están creciendo o mejorando en la medida necesaria para poder canalizar la producción hacia el mercado internacional?, de no ser así, ¿Qué se necesitaría?

Al igual que los agricultores tradicionales de Arequipa, que han ido cambiando de mentalidad, orientándose algunos ahora hacia otros cultivos que se exportan,

también los otros participantes de la cadena de valor están creciendo, en base a que las exportaciones por las exigencias del mercado internacional, generan legalidad y formalidad en el sector, mejorando la cultura del sector agrícola, por tanto los proveedores de servicios, mano de obra y otros han evolucionado.

16. ¿Planea ampliar la variedad de productos a exportar en el futuro?, ¿Qué lo motivaría?

Si, esto se basa en la necesidad de diversificar la inversión para disminuir el riesgo. Se planea sembrar fresas y arándanos.

17. ¿Sabe de la existencia de la carretera interoceánica?, ¿Tiene conocimiento de que se está empleando para realizar exportaciones a Brasil y vía Brasil a otras partes del mundo?, ¿Le interesaría emplearla con fines comerciales?

Sí, no obstante exportar a Brasil, se torna difícil, debido a las políticas proteccionistas de Brasil con sus productos, el tipo de cambio que es muy variable, el alto costo de transporte en carretera por distancias largas, y la baja demanda de las zonas cercanas a la frontera.

18. ¿Qué expectativas de crecimiento tiene de las exportaciones de sus productos para los siguientes cinco años?

Se planea crecer, en 30% cada año en términos de volumen de ventas. En cuanto a mercados a incursionar, ya depende de la exportadora, quien vende en el mercado internacional.

19. En cuanto a la generación de empleo ¿Cómo ve el impacto de las exportaciones en el sector agrícola?

Se ha incrementado el empleo, debido a que se requiere de mayor mano de obra para un cultivo de exportación, el cual debe cumplir ciertos estándares de calidad. No obstante en Arequipa se tiene el costo más alto de mano de obra por jornal de todo el Perú (S/ 60.00), lo cual eleva los costos de producción, esto a causa de la

menor disponibilidad de mano de obra agrícola en la región, bajo poder de negociación por parte de los agricultores, así como la presencia de la minería que es un sector que establece niveles de salarios más altos. Respecto a los trabajadores permanentes, se les ha formalizado, obteniendo los beneficios de ley.

20. Como productor y exportador ¿Que recomendaciones brindaría para que el estado pueda intervenir, proporcionar conocimiento y fomentar el crecimiento de los exportadores?

Teniendo en cuenta que las exportaciones están creciendo apoyados en la apertura de nuevos mercados mediante acuerdos comerciales, se requiere de una reestructuración del ministerio de agricultura y entidades afines, a fin de que logren sacar adelante a los agricultores brindando asesoría técnica y profesional, fomentando la asociación de agricultores.

ENTREVISTA 4

Institución: SADA

Funcionario: Justo Díaz Cano Vizcarra

Cargo: Presidente

Tema: Producción y Exportación de Productos Agrícolas

1. Tomando en cuenta aspectos generales de la producción. En los últimos cinco años ¿Cuáles han sido los principales productos agrícolas producidos en la región Arequipa?

Ajos, cebollas, alfalfa, maíz chalero, y frutales en menor extensión, como vid, olivo, palta y cochinilla

2. ¿Qué mercados atiende actualmente Arequipa con sus productos agrícolas?, ¿Qué otros mercados se están abriendo y mediante qué acuerdos comerciales?

En lo que respecta a ajos y cebollas, se atiende a Lima, y al norte del país, además del mercado local, al cual también se atiende con verduras.

Para exportación se tiene uva “Red Globe”, olivo, cochinilla, paprika. La uva se viene exportando a China, el olivo hacia Brasil y Chile, la palta y cochinilla para Europa, también se exporta orégano a Chile.

3. ¿Qué factores influyen directa e indirectamente en el desarrollo de la producción del sector agrícola?

El clima, favorece la producción de productos de alta irradiación, como ajo y cebolla además de frutales, los cuales se vienen impulsando, no obstante se tiene un factor limitante el cual es el agua.

4. ¿Cómo se ha comportado el sector agrícola en los últimos cinco años en Arequipa?

Debido a problemas de financiamiento se ha visto afectada la producción de productos que requieren mayor inversión, no obstante los productores se vienen asociando para hacer frente a esta dificultad.

5. En cuanto a la infraestructura y disponibilidad de tierras para el sector ¿Qué proyectos se vienen desarrollando para impulsar el sector agrícola en la región?, y ¿Cuál es el impacto que se espera en los productores de la región?

Majes-Siguas II, es el gran proyecto en la actualidad, a futuro se estarían trabajando proyectos en Pampa Colorada en Camana, así como la regulación de las tierras del río Arma en Condesuyos.

6. ¿Qué zonas concentran mayor actividad agrícola en Arequipa?

Las zonas de irrigación, como La Joya, Santa Rita, y Majes

7. En lo que se refiere a constitución de nuevas empresas, asociaciones, cooperativas u otros productores ¿Cómo ve el desarrollo del sector agrícola en Arequipa?, ¿Cree

usted que puede formarse un “cluster agrario” que fortalezca de la cadena de valor?
y ¿Cómo beneficiaría esto a la oferta exportable?

Es lento, debido a que no se tiene apoyo, y los agricultores en si están constituidos como negocios familiares de no más de dos o tres hectáreas por propietarios, y no tienen tiempo para dedicarse a lograr la asociatividad, por lo cual SADA está buscando que se realice un proyecto de extensión agrícola, que proporcione personal para apoyar a agricultores para que se asocien y establecer sistemas para lograr una mejor comercialización de los productos, teniendo como base la información adecuada lo cual permita a los agricultores sembrar de manera eficiente.

SADA esta pugnando por que se establezca un clúster agrario y se creen gerencias de segundo grado, como por ejemplo, gerencia de comercialización, la que ofertaría todos los productos que se obtienen Arequipa de forma asociativa, por otro lado se mejore la adquisición de insumos para lograr disminuir costos de producción, al mismo tiempo la información llegue eficientemente a los agricultores a través de las gerencias de segundo grado

8. ¿Cuál es el rol específico de SADA?

Coordinar todo el sistema en el aspecto comercial, y en cuanto al aspecto gremial, hacer defensa a temas de tributación, mercado, precios y otros.

9. Adicional al crecimiento de los productores del sector agrícola, ¿Considera usted que los demás participantes de la cadena de valor están creciendo o mejorando en la medida necesaria para poder canalizar la producción hacia el mercado internacional?, de no ser así, ¿Qué se necesitaría?

No, porque no se ha establecido un verdadero mercado mayorista, donde se formen precios, actualmente se viene presentando una cadena muy larga, que parte de la chacra hasta el consumidor final pasando por los diferentes distribuidores, esto se evidencia en el precio bajo que recibe el agricultor por su producto, y con esos ingresos menores debe asumir riesgos al cultivar.

10. Respecto al financiamiento y tecnología para este sector, ¿Es de fácil acceso en la región Arequipa?, de no ser así ¿Qué se requiere?

Es difícil, ya que los agricultores no son considerados sujetos de crédito en la banca comercial debido al alto riesgo, a diferencia de años anteriores cuando se daban créditos supervisados y asesorados empleando como prenda la producción, esto ya no existe más. La falta de financiamiento genera disminución en producción de productos de alta inversión, por lo cual los productores han empezado a agruparse para obtener financiamiento mediante Agroideas y Agrobanco, el cual solo da créditos a grupos de agricultores organizados, no existe el crédito directo al pequeño agricultor.

Se necesitaría que se reestablezca el Banco de Fomento Agropecuario, que establezcan créditos en base a un sistema de extensión agrícola.

11. En cuanto a exportaciones ¿Cómo definiría el comportamiento del sector agrícola en los últimos cinco años en Arequipa?

Las agroexportaciones en Arequipa se han estancado, permaneciendo en los mismos niveles de años anteriores. Debido a que no existe fomento para la agroexportación, no se dan ruedas de negocios, y no se tiene la información adecuada

12. ¿Considera que la oferta exportable de Arequipa está cubriendo la demanda del mercado internacional?

No, el problema es que algunos acuerdos comerciales no se están cumpliendo, como por ejemplo, el Pacto Andino, específicamente Colombia, a donde se envían cebollas, en ese caso existen barreras paraarancelarias que impiden que los productos lleguen de forma oficial a ese mercado, generándose el contrabando, lo cual a su vez genera una caída en los precios.

13. ¿Qué ventajas comparativas tienen los productos de Arequipa frente a otros productores en el mercado internacional?

Además del clima propicio, Arequipa tiene ventaja en cuanto a la posición geográfica en Sudamérica, la cual favorece al comercio con Asia, pudiendo colocarse en él una variedad de productos agrícolas, como las frutas, no obstante no se tiene el puerto adecuado en Matarani, ni un aeropuerto adecuado para exportar.

14. ¿Considera usted que el actual nivel de profesionales y técnicos formados en la región, es el adecuado para apoyar el crecimiento del sector?

No, porque no hay una formación adecuada, realizándose las prácticas en las universidades y no en el campo. No obstante se ha logrado un acuerdo con la Universidad Católica Santa María, para que los estudiantes de Agronomía hagan prácticas en fundos de agricultores, de esa forma acercar más las prácticas a la realidad de la agricultura arequipeña, de igual manera los alumnos de Industrias Alimentarias puedan procesar productos locales.

15. ¿Actualmente se les brinda a los productores asesoría respecto a manejo de costos y precios para el mercado internacional a fin de lograr una mayor rentabilidad para los mismos?, ¿Qué mejoras se han logrado en este ámbito?

Si mediante una revista mensual, en la cual se les da información a los agricultores.

16. ¿Tiene usted conocimiento de las exportaciones que se dan a través de la carretera interoceánica? ¿Qué expectativa del aporte de esta carretera para los siguientes años?

La carretera interoceánica no ha llegado a ser lo prometido, siendo complicado el exportar por esa vía, debido a que los fletes son muy caros, debido a la ausencia de cargas de retorno para los transportistas.

17. ¿Cuentan con apoyo de Senasa?, ¿Qué entidades los apoyan?

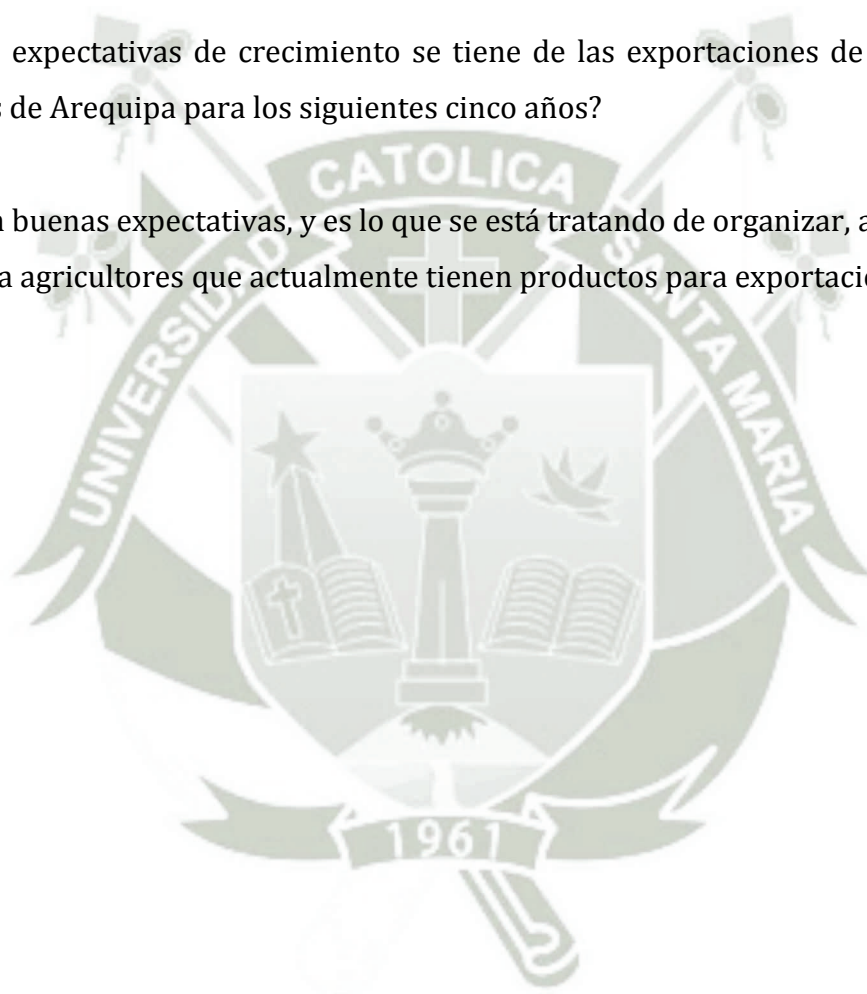
Se trabaja en coordinación, no obstante se da con mucha restricción debido a la falta de recursos que tienen las entidades del estado para poder movilizarse.

18. ¿Cómo ve el empleo en el sector agrícola de la región?

El principal problema es la competencia con los jornales del sector minería, lo cual ha generado escasez de mano de obra calificada, llevando también a que la mano de obra con la que se cuenta suba su precio, lo cual incrementa los costos de producción

19. ¿Qué expectativas de crecimiento se tiene de las exportaciones de productos agrícolas de Arequipa para los siguientes cinco años?

Se tienen buenas expectativas, y es lo que se está tratando de organizar, a través del impulso a agricultores que actualmente tienen productos para exportación.



ANEXO N° 2

PLAN DE TESIS

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1 PROBLEMA

El presente trabajo de investigación se denomina “ESTUDIO DEL IMPACTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR AGRICOLA NO TRADICIONAL EN LA REGIÓN AREQUIPA DURANTE EL PERIODO 2010-2014”

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Dentro de los sectores productivos de la región Arequipa, la actividad agropecuaria es una de las más importantes que contribuye a la estructura económica de la región y por ende del PBI. Así mismo participa en la generación de empleo en productos tanto en estado natural como procesado, los cuales sirven de sustento alimentario de la población regional y nacional.

El desenvolvimiento del sector en la última década se ha caracterizado por la pérdida de rentabilidad y descapitalización, principalmente como consecuencia de la carencia de políticas agrarias que dinamicen la actividad e incidencia de fenómenos naturales, los cuales tuvieron una repercusión en las exportaciones. En el campo exportador, alrededor del 90% de las exportaciones de la región Arequipa son productos tradicionales, de los cuales prácticamente la totalidad son productos del sector minero; las exportaciones de productos agrícolas tradicionales son cercanas a cero. En cambio sí se refiere las exportaciones del sector no tradicional, si se presenta un fuerte componente agropecuario. Del valor total de las exportaciones no tradicionales¹⁴, un 28.1% corresponde a productos agropecuarios, y las exportaciones de estos productos muestran una tasa de crecimiento incluso mayor que el sector textil, que es el otro gran participante de las exportaciones no tradicionales de la región. El entorno internacional juega un papel importante en el

¹⁴ Fuente: <http://aurumperu.com/pdf/Agrodesarrollo.pdf>

impacto del sector, de ahí podemos mencionar los problemas del mercado, como son: Estados Unidos, Europa y Asia. Ello determina de alguna forma que se afecten los patrones de consumo, como por ejemplo el ingerir sus alimentos en casa, generando cambios en los hábitos de consumo de algunos productos de exportación. Los consumidores se interesan más por productos frescos que productos en conserva.

En la región, los terrenos agrícolas se encuentran atomizados, repartidos entre una diversidad de propietarios, entre los cuales no siempre es fácil realizar arreglos asociativos para lograr volúmenes exportables. Esperemos que ello se puede revertir dada la puesta en marcha del Proyecto Majes Siguan II.

En consecuencia, la presente investigación buscará analizar el impacto de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la región y poder determinar sus implicancias en la economía regional, lo cual se irá explicando en el desarrollo de la presente investigación.

1.2.1 CAMPO Y ÁREA DE ESTUDIO

CAMPO : Ciencias Sociales

ÁREA : Ingeniería Comercial

LÍNEA : Comercio Exterior

1.2.2 TIPO DE PROBLEMA

El problema es explicativo; toda vez que sus conclusiones buscan identificar las relaciones de causalidad entre todas las variables involucradas, e identificar los impactos del sector agroexportador en las exportaciones de la región Arequipa, a la vez también es un problema descriptivo dado que vamos a describir los acontecimientos actuales en el sector agrícola y su implicancia en sus exportaciones.

1.2.3 VARIABLES

Tipo de Variable	Variable	Indicadores
Variable Independiente	Exportaciones de Arequipa	<ul style="list-style-type: none"> • Valor de las exportaciones • Volumen de exportaciones • Estacionalidad de las exportaciones. • Países de destino • Número de empresas • Partidas arancelarias • Cultura exportadora • Oferta exportable
Variable Dependiente	Impacto del Sector Agrícola No Tradicional	<ul style="list-style-type: none"> • PBI del sector • Superficie sembrada y cosechada • Rendimientos • Estacionalidad de la producción • Cadenas productivas • Asociatividad • Zonas de producción • Variedades de producción

1.2.4 INTERROGANTES BÁSICAS

- ¿Cómo se define el comportamiento productivo del sector agrícola en la región Arequipa?.
- ¿Qué características presentan las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la Región Arequipa?.
- ¿Cuál ha sido la tendencia del crecimiento de las exportaciones del sector agrícola tanto de los productos tradicionales como de los no tradicionales?.
- ¿Cuáles son los principales mercados de destino de nuestras exportaciones del sector agrícola no tradicional?.
- ¿Cuáles son los productos con ventajas comparativas para su exportación en la región Arequipa?

1.3 JUSTIFICACIÓN ECONOMICO Y SOCIAL

Económica

La importancia de realizar el presente estudio radica en que éste permitirá determinar el nivel de impacto del crecimiento de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la región Arequipa durante los periodos 2010-2014.

Actualmente¹⁵ el liderazgo por sectores productivos lo lleva el sector textil, consolidándose durante estos últimos cinco años como el sector de mayor contribución a las exportaciones de la región seguido por el sector agroindustria, a excepción del año 2013 que tuvo la segunda mayor participación el sector sidero-metalúrgico con un valor de exportaciones por encima de los US\$ 240 millones.

Es importante destacar que los 10 principales productos del sector Agroindustria han sido Alcachofas (18%). Uvas Frescas (18%), Cebolla: (13%), Quinua (13%), Nueces Del Brasil (796), Paprika (5%), Paltas (4%) y Hortalizas, Leche Evaporada y Harina (3% en cada caso), es destacable que de los productos de este sector los que más han crecido son los productos procesados, los que tienen un gran potencial en el mercado internacional y que es donde el empresariado de la región puede comenzar a apostar. El mercado internacional está en permanente búsqueda de productos con alto componente de diferenciación y especialización.

Grafico N° 1: Exportaciones de la región Arequipa, periodo 2014



Fuente: <http://www.adepia.com.pe/web/las-exportaciones-de-la-region-arequipa/>

¹⁵ Fuente: <http://www.adepia.com.pe/web/las-exportaciones-de-la-region-arequipa/>

Social

Con el presente estudio, se espera poder contribuir al conocimiento sobre los beneficios de las exportaciones del sector y su contribución a las exportaciones de la región; y así impulsar a otras empresas para que exporten y vean las oportunidades de negocios que existen en el mercado exterior conllevando a contribuir al incremento de oferta exportable; por otro lado, se logrará también generar más empleo y puestos de trabajo directo e indirecto para la gente del lugar, ayudando con el desarrollo de la zona, e incrementando su nivel de vida.

Así también se contribuirá con los productores, incentivándolos a la creación de consorcios o asociaciones para la obtención de mejores resultados y mayor desarrollo tecnológico en sus procesos productivos.

Así mismo se espera también brindar recomendaciones y propuestas para optimizar la política exportadora para un mayor impacto en el crecimiento de la región.

1.4 OBJETIVOS

Los objetivos que busca el presente trabajo de investigación son:

1.4.1 OBJETIVO GENERAL:

“Identificar los impactos de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la Región Arequipa durante el periodo 2010-2014”.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar el comportamiento productivo del sector agrícola en la región Arequipa.
- Analizar las características que presentan las exportaciones del sector agrícola no tradicional en la Región Arequipa.
- Analizar la tendencia del crecimiento de las exportaciones del sector agrícola tanto de los productos tradicionales como de los no tradicionales?.

- Identificar los principales mercados de destino de nuestras exportaciones del sector agrícola no tradicional
- Identificar los productos con ventajas comparativas para su exportación en la región Arequipa.

1.5 MARCO TEÓRICO

1.5.1 MARCO CONCEPTUAL¹⁶

- a) Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT): El Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) ha sido suplantado por la Organización Mundial del Comercio. Un Acuerdo General actualizado es ahora uno de los acuerdos de la OMC.
- b) Asociación Latino-Americana de Integración (ALADI): La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) se estableció en agosto de 1980 por medio del Tratado de Montevideo y entró en operaciones en marzo de 1981. La asociación busca promover la cooperación económica entre sus países miembros, incluyendo a través de la conclusión de acuerdos comerciales regionales y acuerdos sectoriales. Sus miembros (12) son: Argentina; Bolivia; Brasil; Chile; Colombia; Cuba; Ecuador; México; Paraguay; Perú; Uruguay; y Venezuela. La ALADI reemplazó a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), que se había establecido en 1960 con el objetivo de crear un mercado común en América Latina
- c) Apertura comercial: Se refiere al proceso mediante el cual se eliminan las barreras que inhiben el comercio exterior en el país, así como la reducción de aranceles y trámites de exportación e importación, entre otras.
- d) Balanza comercial: Dentro de la balanza de pagos, registra el intercambio de mercancías de un país con el resto del mundo. Su saldo es la diferencia entre los ingresos por exportaciones y los gastos por importaciones.
- e) Conocimiento de Embarque¹⁷: Recibo que prueba el embarque de la mercancía, sin este título no se puede retirar la mercancía en el lugar de

¹⁶Fuente: http://www.sice.oas.org/dictionary/gt_s.asp

¹⁷ Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento_de_embarque

destino. De acuerdo a medio de transporte toma el nombre específico. Conocimiento de embarque marítimo o "Bill of Lading" si es por vía marítima o conocimiento de embarque aéreo "AirWay Bill" (guía aérea) si es por vía aérea.

- a) Contrato de Compra-Venta Internacional es un texto impreso con las condiciones generales de venta y es especialmente útil para las empresas de tamaño medio o pequeño que se dediquen a la exportación. El contrato de compraventa es una de las modalidades más usadas en la práctica del comercio internacional, regula las obligaciones de vendedor y comprador. Es conveniente que el contrato incluya un conjunto específico de materias.
- b) Crecimiento potencial: Con crecimiento potencial nos referimos a la tasa hasta la que una economía podría crecer en caso de usar plenamente todos sus recursos.
- c) Divisa¹⁸: Es el dinero de aceptación internacional, básicamente oro monetario y ciertas monedas extranjeras. En el caso peruano, la más aceptada es el dólar de los Estados Unidos de Norteamérica
- d) Exportación: Una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otro país, provincia, pueblo u otra parte del mundo, generalmente para su intercambio, venta o incrementar los servicios locales. Los productos o servicios de exportación son suministrados a consumidores extranjeros por productores nacionales.
- e) Exportaciones no tradicionales: Se refiere a los productos de exportación, que tienen cierto grado de transformación o aumento de su valor agregado, y que históricamente no se transaban con el exterior en montos significativos. Legalmente, son todos los productos no incluidos en la lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF.
- f) Exportaciones tradicionales: Son los productos de exportación que históricamente han constituido la mayor parte del valor de nuestras exportaciones. Generalmente tienen un valor agregado menor que el de los productos no tradicionales. Están definidos en la lista de exportaciones tradicionales del Decreto Supremo 076-92-EF, que incluye básicamente a productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado, con

¹⁸ Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Divisa>

excepción del gas natural que a pesar de no aparecer en dicha lista, se considera como un producto tradicional.

- g)** Importación¹⁹: Régimen aduanero que permite el ingreso legal a consumo de un bien o servicio de origen extranjero.
- h)** INCOTERMS: Términos de Comercio Internacional²⁰. Son las reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Hay 13 términos: EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DES, DEQ, DAF, DDP, DDU. Los Incoterms regulan: la entrega de mercancías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costes, los trámites de documentos. Pero no regulan: la forma de pago ni la legislación aplicable.
- i)** Legislación Fitosanitaria: Leyes básicas que conceden autoridad legal al servicio oficial establecido por el gobierno, para desempeñar las funciones específicas requeridas para proteger la vida y salud de los vegetales, incluyendo el control del cumplimiento de los requisitos fitosanitarios en las importaciones, exportaciones, tránsito de mercaderías y bienes, a partir de la cual pueden elaborar las reglamentaciones fitosanitarias.
- j)** Legislación Zoosanitaria: Leyes básicas, decretos y resoluciones oficiales que regulan la sanidad animal, las importaciones y exportaciones de animales y productos animales, salvaguardan la salud pública y dan marco legal a las acciones sanitarias relacionadas con la producción de animales y la industria de procesamiento.
- k)** Mercado Común del Sur (MERCOSUR): Se estableció como Mercado Común del Sur (MERCOSUR) mediante el Tratado de Asunción, el 26 de marzo de 1991. Entre 1991 y 1995, los cuatro miembros del MERCOSUR – Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay – mantuvieron una serie de negociaciones tendientes al establecimiento de un arancel externo común, que entró en vigor el 1 de enero de 1995. El 2006 es el plazo para la plena implementación

¹⁹Fuente:

http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pLetra=Z&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000

²⁰ Fuente: <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>

de la unión aduanera por parte de todos los miembros. El proceso de relanzamiento del MERCOSUR, iniciado en el 2000, instó a una coordinación macroeconómica más estrecha y a que se atendiera otros aspectos prioritarios, como el fortalecimiento institucional, el arancel externo común, la solución de controversias, defensa comercial y de la política de competencia, y los incentivos para la inversión. Chile y Bolivia pasaron a ser miembros asociados en 1996 y 1997, respectivamente

- l)** Organización Mundial de Comercio (OMC)²¹: La Organización Mundial de Comercio (OMC) sucede al Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT) el 1° de enero del 1995. Es la única organización multilateral que sirve como foro para las negociaciones comerciales para la liberación del comercio, como órgano que supervisa la implementación de acuerdos multilaterales y reglas de comercio acordadas y como un foro para la solución de controversias de comercio. El objetivo de la OMC es promover la liberalización y expansión del comercio internacional de bienes y servicios bajo condiciones predecibles y de certeza legal. La OMC cuenta con 146 países miembros.
- m)** Productividad²²: Para una unidad económica determinada, es el indicativo del rendimiento que se obtiene de cada factor de producción. Es el cociente entre la cantidad total de producción de un bien o servicio y la cantidad de un determinado factor utilizado en su producción. El grado de productividad se traduce en competitividad dentro del mercado; así, si la productividad conseguida es muy alta, se ocupará una posición mejor que la de los competidores.
- En macroeconomía, incremento porcentual calculado como cociente entre el crecimiento del Producto Bruto Interno en un año y el crecimiento de empleo, ambos expresados en porcentajes. También puede ser definido como el cociente entre Producto Bruto Interno en términos reales y el número de horas trabajadas en un año en todo el país.
- n)** Ventaja comparativa: Un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad en la producción de este bien en términos

²¹ Fuente: <https://www.wto.org/indexsp.htm>

²² Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Productividad>

de otros bienes es inferior en este país respecto a otros países. De acuerdo con la Teoría Ricardiana del Comercio Internacional, el comercio entre dos países puede beneficiar a ambos si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa.

La teoría de ventaja comparativa defiende que los países deben especializarse en la producción de productos en los que tienen una ventaja relativa, de forma que exportarán parte de estos productos e importarán aquellos que otros países produzcan con menores costos relativos.

Esta teoría, a diferencia de la teoría de la ventaja absoluta, no defiende la producción de aquel bien que resulte más barato, sino que opta por la producción de aquel bien en el que se tengan mejores costos comparativos, aunque, en términos absolutos, su producción resulte más cara que la del bien anterior.

- o) Zona Primaria²³: Área terrestre o acuática, continua o discontinua, ocupada por los puertos, los aeropuertos y el área adyacente a los puntos de frontera, habilitada por la autoridad aduanera, para el control de mercaderías, vehículos y personas.

1.6 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

- Tesis: “Análisis del impacto económico y sus efectos, de una probable integración económica latinoamericana”
Autor: Renzo Salazar Carranza (UCSM, 2009)

1.7 HIPOTESIS

Dado que las exportaciones de la región Arequipa en el sector agrícola no tradicional son incipientes; es probable que mediante un análisis de los impactos económicos, sociales y la generación de estrategias, propongamos soluciones al crecimiento económico en la región.

²³Fuente: www.aduanet.gob.pe/aduanas/glosario/glosarioA-Z.htm

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

2.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas a emplear son:

Variable	Indicadores	Técnica	Instrumentos
<p>1. VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Exportaciones de Arequipa</p>	<p>a) Valor de las exportaciones</p> <p>b) Volumen de exportaciones</p> <p>c) Estacionalidad de las exportaciones.</p> <p>d) Países de destino</p> <p>e) Número de empresas</p> <p>f) Partidas arancelarias</p> <p>g) Cultura exportadora</p> <p>h) Oferta exportable</p>	<p>a) Observación documental</p> <p>b) Observación documental</p> <p>c) Observación documental</p> <p>d) Análisis y síntesis</p> <p>e) Análisis y síntesis</p> <p>f) Análisis y síntesis</p> <p>g) Observación documental</p> <p>h) Análisis y síntesis</p>	<p>a) Datos estadísticos</p> <p>b) Datos estadísticos</p> <p>c) Datos estadísticos</p> <p>d) Datos estadísticos</p> <p>e) Datos estadísticos</p> <p>f) Documento</p> <p>g) Documento</p> <p>h) Datos estadísticos</p>
<p>2. VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Impacto del Sector Agrícola No Tradicional</p>	<p>a) PBI del sector</p> <p>b) Superficie sembrada y cosechada</p> <p>c) Rendimientos</p> <p>d) Estacionalidad de la producción</p> <p>e) Cadenas productivas</p> <p>f) Asociatividad</p> <p>g) Zonas de producción</p> <p>h) Variedades de producción</p>	<p>a) Análisis y síntesis</p> <p>b) Observación documental</p> <p>c) Análisis y síntesis</p> <p>d) Observación documental</p> <p>e) Observación documental</p> <p>f) Observación documental</p> <p>g) Análisis y síntesis</p> <p>h) Análisis y síntesis</p>	<p>a) Datos estadísticos</p> <p>b) Datos estadísticos</p> <p>c) Documento y cedula de entrevistas.</p> <p>d) Documento y cedula de entrevistas.</p> <p>e) Documento y cedula de entrevistas.</p> <p>f) Documento y cedula de entrevistas.</p> <p>g) Datos estadísticos</p> <p>h) Datos estadísticos</p>

2.2 ESTRUCTURAS DE LOS INSTRUMENTOS

2.2.1 FICHA DE OBSERVACIÓN ESTRUCTURADA

Con esta ficha extraeremos la información de textos que han sido investigados de acuerdo a los objetivos planteados, la cual se establecerá como guía de los ítems a observar.

2.3 CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.3.1 ÁMBITO

Para esta investigación se tomara en cuenta al sector agrícola no tradicional en el campo de las exportaciones de la región Arequipa.

2.3.2 TEMPORALIDAD

La presente investigación analiza los impactos de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en las exportaciones de la región Arequipa desde el año 2010 al año 2014.

2.3.3 UNIDADES DE ESTUDIO

Efectos económicos y comerciales en las exportaciones de la región Arequipa.

2.4 ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la realización del presente estudio se realizó una recopilación de información primaria y secundaria.

La información primaria fue recopilada de entrevistas realizadas a empresarios locales que exportan productos del sector agrícola no tradicional, como también a funcionarios tanto del sector privado como público en temas ligados a comercio exterior.

La información secundaria fue consultada en la web como: Organización Mundial del Comercio (OMC), Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, el Banco Central de Reserva del Perú – BCRP, el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, el Ministerio de

Agricultura, Sociedad Agrícola de Arequipa – SADA, el Ministerio de la Producción – PRODUCE y la Asociación de Exportadores – ADEX, Bibliotecas virtuales con acceso vía internet. Como fuente secundaria se tiene las revistas especializadas sobre comercio exterior de los diferentes gremios empresariales (ADEX, S.N.I., COMEX, Cámara de Comercio de Arequipa, etc.).

Para la presente investigación se tiene como población a toda la información disponible sobre las exportaciones, del periodo comprendido entre 2010 al 2014; sin embargo, será necesario en algunos casos considerar muestras (muestreo estadístico), tales como los principales productos exportados, importados, los principales productos con valor agregado, los principales productos con ventajas comparativas, el PBI del sector, los principales países de destino de nuestras exportaciones, etc.

2.4.1 PROCEDIMIENTOS PARA ANALIZAR LA INFORMACIÓN

Luego de recopilada la información primaria y secundaria se procesará y clasificará con la finalidad de elaborar cuadros estadísticos y gráficos sobre la evolución histórica de cada una de las variables en estudio, para ello se utilizarán algunas herramientas estadísticas como promedios simples y ponderados, tasas de crecimiento, ratios, entre otros, a fin de facilitar el tratamiento y estudio de las interrelaciones entre variables.

Para determinar el impacto de manera cuantitativa del crecimiento de las exportaciones del sector agrícola no tradicional en el crecimiento económico de la región, será necesario contar con el apoyo de herramientas técnicas de aplicación estadística, como Excel.

Luego de culminado el análisis descriptivo y comparativo, se procederá a ejecutar el análisis de causalidad buscando todas las interacciones posibles entre todas las variables antes mencionadas ya sea obtenidas de fuentes primarias o secundarias. Este análisis de causa-efecto se complementará con el método inductivo deductivo, lo cual significa que se estudiarán las variables partiendo de lo general hacia lo particular (método deductivo), y en otros casos se partirá de lo particular a fin de lograr algunas generalizaciones (método inductivo).

2.5 RECURSOS NECESARIOS

Dentro de ello tenemos los siguientes requerimientos:

2.5.1 HUMANOS

El trabajo y todo lo que engloba está a cargo de la persona de Geomar Palomino Vildoso, el cual es responsables de le ejecución y presentación de dicho trabajo.

2.5.2 MATERIALES

- Una PC compatible.
- Una impresora a tinta
- Útiles de escritorio (papel bond de 75 gr. 2 millares, lapiceros, grapas, resaltadores, reglas)
- Conectividad a Internet
- Memoria USB
- Cartucho de tinta
- Folders
- Grabadora

2.5.3 FINANCIEROS

Honorarios de Tesista: S/. 00.00

PC Compatible: S/ 1500.00

Impresora a tinta S/. 350.00

Útiles de escritorio S/. 100.00

Conectividad a internet S/. 300.00

Pasajes: S/. 450.00

Imprevistos S/. 260.00

Total S/. 2960.00

Recursos financieros que serán financiados exclusivamente por el encargado de la investigación.