

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



INFORME FINAL DEL PROYECTO INVESTIGACION

**“COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN PIURA,
Y SUS VENTAJAS COMPARATIVAS PERIODO 2010-2019”**

AUTOR: PEDRO ALBERTO JAVE CHAVEZ

(Período de Ejecución: Del 01.05.2020 al 30.04.2021)

(Resolución Rectoral N° 307-2020-R.)

Callao, 2021

**“COMERCIO EXTERIOR DE LA REGIÓN PIURA,
Y SUS VENTAJAS COMPARATIVAS PERIODO 2010-2019”**

Resolución Rectoral No RESOLUCIÓN RECTORAL N° 307-2020-R

Período de Ejecución: Del 01.05.2020 al 30.04.2021

DEDICATORIA

A mis hijos, con mucho cariño
y amor.

AGRADECIMIENTO

A todas las persona que contribuyeron
en la realizacion de este trabajo de
investigacion

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema general	19
1.2.2. Problemas específicos.....	19
1.3. Objetivos	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4. Limitantes de la investigación.....	20
1.4.1. Temporal	21
1.4.2. Espacial	21
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes.....	22
2.1.1. Internacional.....	22
2.1.2. Nacional	25
2.2. Marco teórico.....	29
2.2.1. Bases teóricas	29

La ventaja absoluta de Adam Smith.....	36
2.2.2. Conceptual	46
2.3. Definición de términos básicos	51
CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	55
3.1. Hipotesis	55
3.1.1. Hipotesis general.....	55
3.1.2. Hipotesis específica.....	55
3.2. Definición conceptual de las variables.....	55
3.2.1. Definición Conceptual de la variable Independiente V(y)	55
3.2.2. Definición Conceptual de variable Dependiente V(x)	56
3.3. Operacionalización de variables.....	56
3.3.1. Variable Dependiente V(x).....	56
3.3.2. Variable Independiente V(y)	57
3.3.3. Indicadores	57
CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO.....	58
4.1. Tipo de investigación	58
4.1.1. Según las variables de estudio.....	58
4.1.2. Según la intervención del investigador	58
4.2. Diseño de investigación.....	59
4.3. Método de investigación	60
4.3.1. Inductivo – Deductivo	60
4.3.2. Analítico – Sintético	61
4.4. Población y muestra	61

4.4.1. Población	61
4.4.2. Muestra	62
4.5. Lugar de estudio y periodo de desarrollo.....	62
4.5.1. Lugar de estudio.....	62
4.5.2. Periodo de desarrollo	65
4.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	65
4.6.1. Las técnicas utilizadas.....	65
4.6.2. Técnicas para el análisis de los datos	65
4.6.3. Técnica para la demostración de la hipótesis de investigación	66
4.6.4. Técnica estadística.....	67
4.6.5. Instrumentos para recolectar datos	68
4.7. Análisis y procesamiento de datos	69
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	71
5.1. Resultados descriptivos.....	71
5.1.1. Caracterización del departamento de Piura.....	71
5.1.2. Comercio exterior en Perú y Piura.....	78
5.1.3. Comercio exterior de Piura y las ventajas comparativas	83
5.1.4. Principales mercados de destino en Sudamérica.....	99
5.2. Resultados inferenciales.....	100
5.2.1. Exportaciones no tradicionales.....	100
5.2.2. Exportaciones y las ventajas comparativas de Piura 2019.....	102
5.3. Resultados estadísticos.....	109

5.3.1. Indicadores de las actividades económicas.....	109
5.3.2. Actividades productivas 2010-2019.....	110
5.3.3. Indicadores macroeconómicos	119
5.3.4. Las exportaciones de la Región Piura 2010 -2019	120
CAPÍTULO VI DISCUSIÓN DE RESULTADOS	132
6.1. Contratación y demostración de las hipoinvestigación con los resultados	132
6.2. Cotrastación de los resultados con otros estudios similares	139
6.3. Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes	143
CONCLUSIONES	145
RECOMENDACIONES.....	148
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	150
ANEXOS	153

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población Censada 1941-2017.....	74
Tabla 2 Valor agregado bruto de la Producción 2017 - Variación porcentual promedio anual	77
Tabla 3 Indicadores Estratégicos de Piura 2019	84
Tabla 4 Otros Indicadores de la Actividad Económica.....	110
Tabla 5 Número de Unidades Agropecuarias con Superficie Agrícola Según Tamaño.....	111
Tabla 6	119
Tabla 7 Las Exportaciones por Productos Piura 2019.....	123
Tabla 8 Exportaciones de Piura por Sectores 2010.....	124
Tabla 9 Exportaciones del Departamento de Piura por Principales Productos (Valor FOB en miles US \$).....	127
Tabla 10 Estructura de Exportaciones por Países de Destino Enero - Diciembre 2010	128
Tabla 11 Exportaciones de Producto por País de Destino Enero - Diciembre 2010	129
Tabla 12 Exportaciones por Grupo de Productos 2019	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de la Región Piura.....	76
Figura 2 Participación en las Exportaciones y en la Economía.....	120
Figura 3 Estructura de Exportaciones por Sectores de Origen	126

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia.....	154
Anexo 2 Piura Exportaciones FOB por Grupos de Productos / (Miles de US\$)	155
Anexo 3 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2010-2012.....	156
Anexo 4 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2013.....	158
Anexo 5 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2014-2019.....	159
Anexo 6 Exportaciones Piura	163
Anexo 7 Exportaciones FOB por Grupos de Producto 1/ (MilesUS\$) 2010-2019	164

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura entre 2010-2019; mediante la determinación de la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas y las exportaciones no tradicionales, de productos agroindustriales en el periodo 2010-2019. La investigación fue descriptiva, analítica y observacional, de diseño no experimental-cuantitativo, de métodos inductivo-deductivo y analítico-sintético; su población fueron los productos exportables de la región Pura, y la muestra representada por productos agroindustriales con ventajas comparativas exportables; utilizó la técnica documental, estadística y de observación indirecta, se aplicó como instrumentos las fichas de registro para el recojo de datos. Los resultados fueron que, la ubicación estratégica, diversificación de productos, clima y suelos, la mayor PEA agrícola, hace de Piura una región con ventajas comparativas, con un crecimiento anual de 3.9%, y productos exportables que se venden a los EEUU, Europa y Reino Unido; este sector aumento en un 9.45% superando los 1400 millones de dólares, las exportaciones no tradicionales, se incrementaron en las conchas de abanico en un 274.6%, conservas de pescado 326.8%, pota 39.4%, e hilados con el 117.8%.

Palabras clave: comercio exterior, ventajas comparativas, exportaciones no tradicionales.

ABSTRACT

The research aims to determine the relationship between foreign trade and the comparative advantages of the Piura region between 2010-2019; by determining the relationship between foreign trade and comparative advantages and non-traditional exports of agroindustrial products in the period 2010-2019. The research was descriptive, analytical and observational, with a non-experimental-quantitative design, inductive-deductive and analytical-synthetic methods; Its population was the exportable products of the Piura region, and the sample represented by agro-industrial products with exportable comparative advantages; used the documentary, statistical and indirect observation technique, the registration sheets were applied as instruments for data collection. The results were that, the strategic location, product diversification, climate and soils, the largest agricultural EAP, makes Piura a region with comparative advantages, with annual growth of 3.9%, with exportable products that are sold to the US, Europe and UK; This sector increased by 9.45%, exceeding 1400 million dollars, non-traditional exports increased in fan shells by 274.6%, canned fish 326.8%, squid 39.4%, and yarns with 117.8%.

Keywords: foreign trade, comparative advantages, non-traditional exports.

INTRODUCCIÓN

La investigación denominada Comercio Exterior de la Región Piura y sus ventajas comparativas, tiene como propósito determinar la relación de ambas variables entre 2010 al 2019; y los objetivos secundarios, la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas y las exportaciones no tradicionales, de productos agroindustriales en el periodo 2010-2019.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE), define al comercio exterior como la compra o venta de bienes y servicios que se realiza fuera de las fronteras geográficas de un país (en el exterior). Esto es, las partes interesadas en transar productos se encuentran ubicadas en distintos países o regiones; y las ventajas comparativas, de acuerdo con Álvarez (2010), señala que la ventaja comparativa en el comercio internacional se trata cuando los países se especializan en lo que mejor producen y comercian con otros países que se enfocan en lo que ellos mejor hacen, para el beneficio de los dos.

Álvarez (2010), señala que, para que la ventaja comparativa en el comercio exterior sea adecuada, las causas que la provocan para la producción de un bien, son las diferencias de clima y recursos naturales, de las dotaciones de factores y recursos naturales, la diferencia de tecnologías y especialización; hay países que tienen similares dotaciones iniciales de factores de producción, pero debido a la especialización de décadas o la propagación de pequeñas innovaciones tecnológicas y organizativas tienen ventaja en ciertos productos.

Metodológicamente, la investigación fue de tipo descriptiva, analítico, observacional de diseño no experimental - cuantitativa, utilizó los métodos inductivo - deductivo y analítico – sintético, cuya población fue los productos exportables con ciertas ventajas comparativas de la región; y su muestra estuvo representada por productos agroindustriales con ventajas comparativas en el periodo 2010-2019; se usó las técnicas documentales, y la observación indirecta, haciendo uso de las fichas de recojo de datos en diferentes sectores.

La investigación se divide en 6 capítulos; el primero desarrolló el planteamiento del problema, en las que las exportaciones se redujeron en un 32.7% en el 2019, problemas logísticos y barreras tecnológicas golpearon los envíos en la región Piura; en el limitante teórico se realizó un análisis, en función de la información disponible, determinándose que la región Piura se encuentra articulada a los mercados internacionales, su balanza comercial es favorable, temporalmente se llevó acabo entre marzo de 2020 y marzo de 2021.

El capítulo segundo, desarrolló el marco teórico, empezando con los antecedentes como los de Orbe (2017) sobre en análisis de la oferta y demanda del cacao orgánico hacia el mercado europeo, o el de Tapia (2017), con el trabajo sobre las ventajas comparativas y exportaciones de banano orgánico; y en el Perú, el trabajo de Alegría (2017) relacionado con el Planeamiento estratégico del sector pesca de Piura; se desarrollan las bases teóricas de las variables comercio exterior y ventajas comparativas; así como, se desarrolla un conjunto de definiciones relacionado con las variables e indicadores estudiados.

El capítulo tercero, desarrolló las hipótesis y variables, en la que se determina la hipótesis general si existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019; y especifica si existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales de la región Piura; las variables de estudio estuvieron determinadas por el Comercio Exterior y las Ventajas Comparativas.

El capítulo cuarto desarrolló el marco metodológico, donde se enmarcó en una investigación fue descriptiva, analítica y observacional, de diseño no experimental-cuantitativo, de métodos inductivo-deductivo y analítico-sintético; su población fueron los productos exportables de la región Pura, y la muestra representada por productos agroindustriales con ventajas comparativas exportables; utilizó la técnica documental, estadística y de observación indirecta, se aplicó como instrumentos las fichas de registro para el recojo de datos.

El capítulo quinto desarrollo los resultados, donde Piura se ubica al norte del Perú, con una población de 1,9 millones de hab; con un crecimiento medio de 3.9%, alcanzando en el 2019 1,400.1 mill.(\$) en exportaciones, ocupando el 3º puesto en el país; los resultados inferenciales de las exportaciones no tradicionales alcanzaron 13,791 mill. (\$) en 2019; el sector agropecuario registró un crecimiento promedio anual de 4,4 %. En el año 2019, el sector creció 4,9 %, principalmente por la mayor producción de mango (62,4 %), plátano (20,8 %), y limón (23,4 %), que compensaron el retroceso en arroz cáscara (-22,6 %).

El capítulo sexto la discusión y conclusiones logrados; en la que Piura por su ubicación y localización estratégica, por su diversificación de productos, clima y suelos, la mayor PEA agrícola, hace de Piura una región con ventajas comparativas, con un crecimiento anual de 3.9%, y productos exportables que se venden a los EEUU, Europa y Reino Unido; este sector aumento en un 9.45% superando los 1400 millones de dólares, las exportaciones no tradicionales, se incrementaron en las conchas de abanico en un 274.6%, conservas de pescado 326.8%, pota 39.4%, e hilados con el 117.8%. Finalmente se detallan las recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Las economías con una mayor apertura al exterior son más propensas al crecimiento económico; por esta razón, las economías para promover el intercambio internacional han eliminado las barreras al comercio y han implementado políticas comerciales que favorezcan las exportaciones. (Caceres, 2013)

La ventaja comparativa es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro. El concepto de ventaja comparativa es uno de los fundamentos básicos del comercio internacional, considerándose que una son una de las causas determinantes del comercio internacional es las diferencias en la ventajas comparativas que presenta cada país. (Anchorena, 2010)

Hoy en día el comercio internacional, a nivel mundial, no pasa por su mejor momento antes del coronavirus, pero la pandemia ha agravado la crisis, exponiendo las fortalezas y debilidades de las cadenas de suministro internacional y la gobernanza económica mundial. (Trajan, 2021). En América Latina el comercio de bienes de la región cayó un 23% en 2020, el colapso a las exportaciones de servicios, el transporte y las trabas del comercio regional y la reducción a la cuarta parte de las exportaciones e importaciones en la región (CEPAL, 2020)

En el Perú las exportaciones alcanzaron los US\$ 39,311 millones en el 2020, monto que se tradujo en una caída de un 15.3% respecto al año anterior; hacia China se reportó una caída del 18.3% tras sumar US\$ 11,115 millones, los envíos a EEUU sumaron US\$ 6,301, SE cuenta con la biodiversidad que permite grandes ventajas comparativas. (Adez, 2020)

El comercio exterior en la región Piura es producto del crecimiento económico del país, la dinámica comercial en las últimas décadas, permitiendo dar una oportunidad a las empresas pequeñas y medianas a aprovechar el comercio hacia afuera y viceversa, explotando las ventajas comparativas, que no es más un nuevo concepto que fundamenta el comercio exterior y demuestra que los países como el nuestro a especializarse en la producción y explotación de bienes que se fabrican con un coste más bajo respecto a los vecinos. (MINCETUR, 2020)

Las inquietudes que se tiene es que a partir de la investigación es que las ventajas comparativas tienen una relación significativa en el comercio exterior en la región Piura; porque es indispensable referir que la Región Piura si posee ciertas ventajas comparativas geográficas, históricas, climáticas, geopolíticas, naturales (mineras, pesqueras) y principalmente, agroindustriales, cuyo uso intensivo permite dinamizar sus ventajas comparativas estáticas; dado el posicionamiento estratégico en el Perú.

El interés sobre el tema, se basa en las experiencias y trabajos similares desarrolladas; donde el comercio exterior a nivel de regiones, es poco tratado, por su complejidad e importancia para el desarrollo de la región y el país. Las ventajas comparativas van en la búsqueda de nuevos mercados para sus posicionar sus productos; cuya razón es elegir que las exportaciones contribuyan al desarrollo de su PBI, y por ende al desarrollo de sus pueblos y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura, entre 2010-2019?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre el comercio exterior con ventajas comparativas de la región Piura y las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales, entre 2010-2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre el comercio exterior con las ventajas comparativas de la región Piura y las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales en el periodo 2010-2019.

1.4. Limitantes de la investigación

1.4.1. Teorico

Una de las limitantes fueron las fuentes teóricas, considerando que se han desarrollado pocos estudios sobre las ventajas comp'arativas en el rubro de la las exportaciones no tradicionales, se cuenta con información muy general y poco detallada, respecto a los impactos que generan este tipo de exportaciones no tradicionales, considerando que la región Piura es una ciudad que ha sabido aprovechar sus ventas comparativos pos su ubicación estrategicas; sin embargo, al ser una parte de su territorio frontera con el Ecuador, ha dificultado el acceso a datos técnicos y teóricos; como una base de datos sobre las exportaciones no tradicionales y sus principiaps ventajas para reorientar las ofertas y ganar mercados; las fuentes primarias y secundarias no cuentan con registros periodicos; y por motivos de la situación sanitaria, se ha tenido poco acceso a información estadistica documental en las bibliotecas de la Universidades público-privadas, PROMPEX, MINCETUR, INEI, BCR y otras instituciones que se localizan en Lima; teniendo que haber hecho uso de las fuentes virtuales de las referidas instituciones.

1.4.2. Temporal

La investigación se limita a

un período de diez (10) años, comprendidos, entre los años 2010 y 2019.

1.4.3. Espacial

La investigación se concretó con datos e información temática de la región Piura, entre los años 2010-2019.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Orbe (2017) “*Análisis de la oferta exportable del cacao orgánico de la región Piura hacia el mercado europeo en el año 2015*”.

Resumen: La presente investigación analiza la oferta exportable del cacao orgánico piurano al mercado de Europa el 2015, se aplicó una metodología no experimental, aplicada y descriptiva. Se aplicaron un cuestionario, una guía de entrevista, así como una guía de análisis documental.

La población fue 450 productores de cacao orgánico y la muestra de 207 productores; en la demanda se observó que, en 2014 fue 1,856,795 tn; comprobándose que existe un mercado para el producto; y, la capacidad física de producción de cacao orgánico es limitada por las reducidas áreas de cultivo y la tecnología no sofisticada; la capacidad económica y financiera de los productores de cacao orgánico es baja, porque los agricultores están endeudados y la capacidad de gestión de Cepicafé es alta; asimismo, existe una gran preocupación por planificar estratégicamente.

Tapia (2017) "*Ventajas Competitivas y las Exportaciones de Banano Orgánico de la Cooperativa Agraria APPBOSA de la región Piura, 2017*". *Resumen*: El trabajo de investigación realizado tuvo como objetivo principal analizar la relación entre las ventajas competitivas y las Exportaciones de la Cooperativa Agraria APPBOSA de la región Piura, 2017; para lo cual se utilizaron los fundamentos de Porter y Daniels. El método utilizado fue Hipotético-Deductivo. Asimismo, esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, nivel aplicado, diseño no experimental de corte transversal y muestreo censal, por lo que se evaluó a toda la población; la cual estaba constituida por 30 socio productores de la Asociación de pequeños productores de banano orgánico Samán y Anexos (APPBOSA).

La validez del instrumento se obtuvo mediante juicio de expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se obtuvo a través de 2 cuestionarios con 38 ítems con escala de 5 categorías. El análisis de los datos se hizo empleando el programa estadístico SPSS versión 24.0. Se obtuvo como resultado que existe relación entre las variables Ventajas Competitivas y Exportaciones. Asimismo, ambas variables se relacionan de manera directamente proporcional; es decir en tanto la puntuación sea mayor en las ventajas Competitivas, mayor será la puntuación en la variable Exportaciones.

Castillo (2017), “Exportación y producción agrícola y crecimiento económico en la Región Piura 2008-2016”. Lima-Perú.
Resumen: La investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la exportación agrícola, la producción agrícola y el crecimiento económico en la región Piura, durante el periodo 2008-2016.

El método utilizado para la investigación es no experimental. Una vez recopilado los datos, se clasificó en una lista todos los productos agrícolas exportados de la Región Piura eligiendo así a la uva y al mango como los principales, de acuerdo a los criterios de participación regional y volumen de exportación; se continuó con la presentación de los datos mediante cuadros y gráficos de líneas donde se mostró la tendencia en el periodo teniendo en cuenta los indicadores de exportación agrícola y producción agrícola (valor, volumen y precio); para el crecimiento económico, se obtuvo datos del producto bruto interno nominal y per cápita.

Por último, se procedió a comparar las variables para determinar su relación en la Región Piura durante el periodo 2008 – 2016. De acuerdo con los resultados de la investigación realizada se demostró que la relación entre la exportación agrícola, la producción agrícola y el crecimiento económico en la región Piura, durante el periodo 2008-2016, ha sido positiva.

2.1.2. Nacional

Fukuy (2017) Impacto del comercio justo en el desarrollo socioeconómico de la asociación de micro-productores de banano orgánico del alto Chira Margen izquierda (AMPBAO), distrito de Sullana 2012-2016; determinó el impacto del comercio justo en el desarrollo socio-económico de la Asociación de Micro- Productores de banano Orgánico del Alto Chira, (AMPBAO) distrito de Sullana- Piura periodo 2012- 2016, medidos mediante indicadores relacionados con la certificación comercio justo. Se ha determinado la oportunidad de la certificación comercio justo y consecuentemente hubo un impacto en los niveles de desarrollo socioeconómico para los productores.

Esto se vio reflejado en el acceso a nuevos mercados internacionales (Germany, EE.UU., Belgium, Netherlands y otros), incremento de las exportaciones, impacto positivo en el desarrollo económico, no obstante, el impacto fue negativo en el desarrollo social, determinandose por la prueba de hipótesis con estadística inferencial. Finalmente, se concluye que, el comercio justo impactó positivamente en el desarrollo económico de los pequeños productores de banano orgánico, esto se contrasta en el acceso a nuevos mercados internacionales, cantidad exportada en TN y valor monetario FOB en dólares exportado por AMPBAO certificada en comercio durante el periodo 2012-2016.

El impactó económicamente en el bienestar económico de los pequeños productores, en su evolución de sus ingresos, y precios pagados para productos, incrementaron las ventas, inversión y emprendimientos, mayores ingresos y capacidad de poder adquisitivo, lograr nueva maquinaria y ventas de sus productos, en el desarrollo social no ha habido un impacto positivo.

Alegría (2017), Planeamiento estratégico del sector pesca de Piura". Se realizó en base al Modelo Secuencial del Proceso estratégico elaborado por D'Alessio (2014), con el objetivo de que, una organización o sector alcance la visión deseada (D'Alessio, 2016). Este Plan Estratégico proporciona los lineamientos que guiarán las decisiones y acciones estratégicas para convertir el sector de la pesca industrial en la región de Piura, en el tercer sector productivo con mayor contribución al PBI de la región.

Se aprovechò la riqueza del mar frente a la costa de Piura, la ubicación geográfica y tratados de libre comercio; se logró una formulación del plan estratégico, las principales oportunidades son la alta demanda tanto local como del exterior por los productos de buena calidad, y la ubicación comercialmente estratégica. Las principales fortalezas son la abundancia y diversidad de recursos hidrobiológicos, y las debilidades encontradas fueron la pesca ilegal y depredadora.

El plan estratégico formuló 10 estrategias: (a) incrementar la extracción y consumo de nuevas especies comerciales marinas; (b) desarrollar productos nutricionales ricos en proteína animal; (c) penetrar en nuevos mercados internacionales; (d) impulsar las implementaciones de certificaciones internacionales; (e) trabajar conjuntamente con el Gobierno para incrementar el consumo humano directo per cápita de la región; (f) establecer alianzas estratégicas con los operadores logísticos para agilizar las exportaciones; (g) implementar tecnologías extranjeras; (h) mejorar la infraestructura portuaria por parte del Estado; (i) incrementar el presupuesto en I+D para el estudio de nuevas especies marítimas comerciales; (j) captar nuevas inversiones para el desarrollo del sector.

Otárola (2016) “Factores para el mantenimiento de certificaciones en las asociaciones exportadoras de banano orgánico de Querecotillo, Piura hacia Europa”. *Resumen:* Determina qué factores permiten el mantenimiento de las certificaciones en las asociaciones de Querecotillo que exportan banano orgánico hacia Europa. El estudio abarca los requisitos exigidos para la agricultura orgánica, los insumos empleados, los mercados de destinos, las ganancias obtenidas, las dificultades en la transición de convencional a orgánico y la plaga que afecta la producción del banano.

Se utilizó un diseño descriptivo simple. El estudio de campo se realizó en la Asociación de Pequeños Productores Orgánicos de Querecotillo (APOQ), ya que es la organización líder en exportaciones y cuenta con el mayor número de socios en el sector. Mediante un muestreo probabilístico se determinó a los integrantes que participaron en el presente estudio a través de cuestionarios que luego fueron analizados. También se realizaron entrevistas no estructuradas.

Como resultado, se concluye que para el mantenimiento de los certificados es necesario el rastreo tanto interno y externo del banano, el cual involucra la productividad en sus tierras y el conocimiento de indicios que pueden modificar la fruta; las inspecciones documentadas al menos una vez al año, que asegura que todos los miembros de la asociación cumplan con las normas de producción orgánica y finalmente el aporte de las áreas internas, que están delineadas para apoyar en la limpieza, transporte y rentabilidad del banano.

Aguirre (2019) "Impacto de la calidad en las exportaciones de frutas en Piura (2014-2018). *Resumen*: Muchos estudios demuestran que los países cuyas economías están más orientadas hacia el comercio exterior, pueden lograr mejoras y crecimiento económico ya que abrir las puertas a nuevos productos con el resto

del mundo permite un mejor nivel de vida y un crecimiento del país y regiones, puede traer consigo muchos beneficios derivados del comercio mundial y esto dependerá de la capacidad que tengan los productores para aprovechar nuevas oportunidades en lo que es producción y comercio.

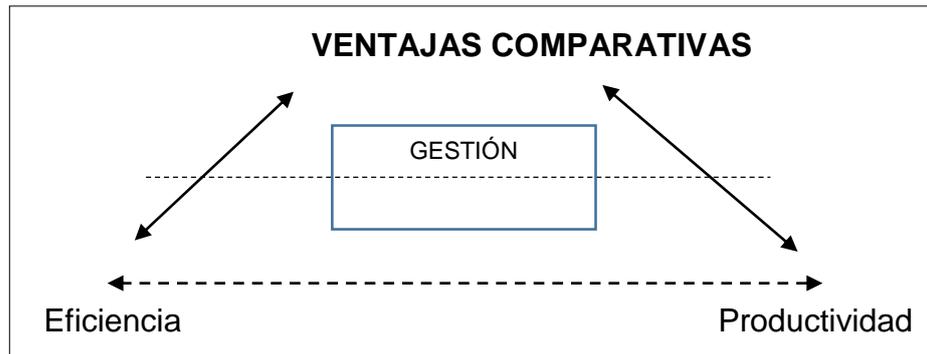
La información sobre las exportaciones de la región es amplia y variada, pero no se encuentra recopilada. El presente estudio muestra un compendio simple que enlace el último lustro con el fin de facilitar investigaciones futuras sobre la exportación en la región de Piura. El primer capítulo de la monografía tratará sobre los aspectos teóricos del comercio exterior. Luego En el segundo hablaremos sobre el marco legal al que está sujeto las exportaciones dentro de la región.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Bases teóricas

a) Base teórica de las ventajas comparativas.

Ricardo (s.f) le da mayor precisión al análisis de Smith, al demostrar que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen ventajas comparativas, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general que es el de las ventajas comparativas.



Bujan y Pérez (2015), señala que, tener una ventaja comparativa - o desventaja - puede dar forma a todo el enfoque de una empresa. Por ejemplo, si una compañía de cruceros encontró que tenía una ventaja comparativa con respecto a una empresa similar, debido a su proximidad cercana a un puerto, podría alentar a sus competidores en centrarse en otros aspectos del negocio más productivos. Es importante tener en cuenta que una ventaja comparativa no es la misma que una ventaja absoluta. Esto último implica que uno es el mejor en algo, mientras que el primero se refiere más a los costos de la empresa en particular.

El punto de partida de la explicación que da Ricardo se basa en su teoría del valor. Según Ricardo, la regla que rige el valor relativo de los bienes al interior de un país, no es la misma que regula el valor relativo de los productos intercambiados entre dos o más países. Según Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos

absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales.

Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos laborales y de las relaciones de intercambio entre países. Además, la teoría ricardiana implica tres supuestos simplificadores:

- Inmovilidad relativa de factores
- Estática y,
- Estructura del mercado.

Heckscher – Ohlin (Teoría H-O), la que estudia en detalle las bases de la ventaja comparativa y el efecto que el comercio internacional tiene sobre los ingresos de la fuerza de trabajo en los países. La teoría H-O se basa en varios supuestos, entre ellos: Rendimientos constantes a escala, utilización de la misma tecnología, el bien x es intensivo en trabajo, el bien Z es intensivo en capital, movilidad perfecta de los factores de producción en cada país, utilización de todos los recursos y competencia perfecta.

Esta teoría explica las razones de las diferencias de los precios relativos de los bienes y por consiguiente su ventaja

comparativa, con base en la dotación que tenga cada país de los factores de producción.

Ricardo (s.f) su modelo define los siguientes:

- Desde el punto de vista de la producción:
- Cada país produce dos bienes mediante el empleo de un solo factor de producción que es totalmente homogéneo del que hay una dotación fija: el trabajo.
- La tecnología se representa mediante una función de producción de coeficientes fijos, lo que tiene como consecuencia que las productividades marginales y medias del trabajo van a ser iguales entre sí.

Desde el punto de vista de la demanda:

- No se cumple la ley de Say, todo lo que se produce es vendido y no se puede gastar más de lo que se produce.
- Respecto al comercio internacional:
- El mundo sólo tiene dos países, (en el ejemplo Inglaterra y China).
- El comercio es libre. No existen restricciones al comercio.
- No hay costes de transporte.
- El trabajo es inmóvil internacionalmente.
- Supuestos institucionales:

- Existe competencia perfecta en todos los mercados y en todos los países.

- El valor de un bien se determina por el número de horas que incorpora el trabajador.

- Los gustos están dados.

- La estructura y distribución de la renta está dada y es conocida.

Ricardo, David (s.f) manifiesta que aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podía ser relativamente más eficiente que otro en un producto determinado, situación a la que denomino principio de la ventaja comparativa. Debe importar el producto con la mayor desventaja comparativa o en el que tenga la menor ventaja comparativa.

La teoría de los costos comparativos incrementara su comercio exterior debía vender en el extranjero mercancías en las cuales tuviese una ventaja de precio.

García (s.f) nos menciona que la teoría de la ventaja absoluta, de Adam Smith, dice que un país debe especializarse en la producción y exportación de bien que produce eficientemente (con menor costo), es decir, donde tenga una ventaja absoluta. De acuerdo con esta teoría, si un país tiene ventajas absolutas en todos los bienes, no habrá comercio.

David Ricardo formuló su teoría de la comparativa como a la teoría de Smith. Esta teoría nos dice que así un país tenga absolutas en la producción de los bienes, en de ellos esas serán menores, es existirán o ventajas comparativas.

Melguizo (2011) en el trabajo de Smith fueron fundamental para el desarrollo de las teorías económicas sobre comercio. En primer lugar, el comercio definido por Smith dependía en su totalidad de que un país tuviera ventaja absoluta en producción, pero no explicaba lo que generaba. En segundo lugar, si un país no tenía ventaja absoluta en ningún producto ¿podía negociar?

Tsakok afirma, que una economía tendrá ventaja comparativa en sus bienes comercializables, solo si es eficiente, si no es eficiente tendrá una desventaja competitiva” (1990: 105), y describe la ventaja comparativa como la comparación de “la eficiencia de los procesos productivos entre dos países, siendo más eficiente el que tenga menores costos de oportunidad” (1990: 106).

Esta línea de pensamiento económico, estas ideas alimentan el paradigma teórico (Kuhn, 1985) de la eficiencia. Según el cual, con la suscripción del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN, entre los gobiernos estadounidense y

canadiense con el mexicano en 1994, avanzaría más rápidamente el proceso de libre intercambio de mercancías con mayores beneficios a la población de los tres países.

Las ventajas absolutas.

Econopedia (2021), señala que, es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien, teniendo que usar menos factores de producción que otro.

En otras palabras, la ventaja absoluta nos dice que un país es mejor que otros en la producción de un bien o servicio. Ofrece mayor calidad a un menor coste. Al tener mejores recursos tales como tecnología, tiempo, capital o mejor factor humano, puede producirse algo con más eficiencia. Esto hace que pueda emplearse esta medición a la hora de establecer comparaciones entre distintos productores.

De esta manera, podemos comparar naciones, empresas o individuos atendiendo a su gasto de recursos a la hora de producir un bien. El que utilice menos recursos para llevar a cabo esta acción, diremos que tiene ventaja absoluta.

La ventaja absoluta de Adam Smith.

Econopedia (2021), señala que, este concepto económico es una de las primeras bases en el estudio de la economía y del comercio internacional, desde que Adam Smith anunciase su teoría. Para Smith, los países tienden a especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tienen ventaja absoluta. Esto sucede por el menor gasto de recursos en la producción que se mencionaba anteriormente. De este modo, se llegó a través del estudio de que el comercio internacional no responde estrictamente a la teoría de la ventaja absoluta, sino al de la ventaja comparativa.

Las ventajas competitivas.

Porter (1985), señala que, ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugares a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información. Antes de las teorías de Porter, la información se consideraba un factor entre otros en el proceso que determina los negocios. Ahora por contra hay un creciente reconocimiento del valor de la información como factor determinante en las dinámicas económicas.

Por otra parte, gracias a las teorías de Porter se ha reconocido que la información posee un alto potencial y que por lo general es menospreciada frente a su real valor, así que debe ser tratada como un recurso que cada organización podría y debería utilizar en su rubro de negocio.”

La ventaja competitiva introducida por Porter guarda una relación estricta con el concepto de valor (más información acerca de la cadena de valor aquí), que en muchos casos podemos sustituir al concepto tradicional de costo en términos de planificación empresarial. Las dos preguntas fundamentales en que se enfoca la ventaja competitiva son:

1 - ¿cuál es el valor rentable a largo o mediano plazo para un dado tipo de empresa?

2 - ¿cómo puede cada género de empresa asegurarse de producir y perpetuar este valor?

Porter (1985), en términos del todo generales: “La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios

equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...).

Una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”.

b) Base teórica del Comercio Exterior.

Ceballos (2018), señala que, el *comercio internacional* hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se usaron las divisas y estuvo sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y gobiernos de los países de origen.

Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros.

Es el acto de comercio celebrado entre residentes de un país (exportador) con los de otro estado extranjero (importador), revestido de los recaudos y solemnidades administrativas, bancarias y fiscales que ambas legislaciones exigen respecto de la materia (Bancomext, 1995, p.8).

Consideraciones para el Comercio Exterior.

El comercio internacional exige el conocimiento y cumplimiento de normas, como condición previa para hacer frente al desarrollo de esta actividad. El importar y/o exportar requiere de una planeación adicional a la interna, dentro de un país, ya que hay factores externos o del entorno que son muy importantes. Tales como los aspectos políticos, economía, cultura, localización, volumen demandado, tiempo de producción y transportación, además de la presentación y especificaciones técnicas del producto en el mercado.

Estos aspectos son importantes a tomar en cuenta ya que teniendo la información necesaria de los países en que se haga la transacción se podrá evitar problemas que puedan prolongar o hacer más difícil dicha transacción. La forma de pago es uno de esos aspectos importantes a considerar, se recomienda firmar contratos de compra – venta, que respalden las fechas de entrega, precio, descripciones y/o especificaciones del producto, además

del tipo de incoterm. La contratación de seguros respalda la inversión por lo cual es de suma importancia adquirir uno, para facilitar el transporte y proteger ambas partes.

Teoría clásica.

Pérez (2014), señala que, Pensamiento económico que tuvo lugar entre los siglos XVIII, XIX y primera mitad del siglo XX, donde se rechazó la intervención del Estado y se estudió la relación entre capital y trabajo en los procesos de producción, pues para los pensadores de la época la importancia no estaba solamente en estudiar cómo se creaba la riqueza, sino en identificar cómo esta se distribuye entre los factores de producción e identificar dónde se creaba más valor.

Esta corriente tuvo sus inicios en un pensamiento político nacido en la segunda mitad del siglo XVIII en Francia que sostenía que la intervención del Estado debía ser limitada y que el bien común debía ser determinado por la sumatoria de los intereses de cada uno de los ciudadanos, pues cada persona en la búsqueda de un interés propio termina aportando al bien general.

Así, entre las principales teorías que aportaron a esta corriente, se encuentran:

- Relaciones internacionales de precios (David Hume).

- Las ventajas absolutas (Adam Smith).
- Ventajas comparativas (David Ricardo).
- La demanda recíproca (Jhon Stuart Mill).
- Ventajas competitivas (Michael Porter).

Teoría de las ventajas comparativas.

Pérez (20114), señala que, en 1817, el economista inglés, David Ricardo (1772-1823), publicó el libro Principios de economía política y tributación que contiene la Teoría de las ventajas comparativas, reconocida por algunos expertos como la base de la teoría moderna, pues contiene los elementos importantes que hoy se utilizan para explicar los beneficios del libre comercio de mercancías.

Así, esta teoría introduce por primera vez los términos de intercambio y explica que los países deben conocer qué producen más barato, pero igual de importante es conocer qué bienes están recibiendo a cambio y las capacidades que tienen para producir estos. Es decir, para Ricardo el valor de los bienes que se entregan es el valor de los productos que se reciben. Es importante resaltar que en esta teoría el valor del trabajo es el principal elemento en el valor del bien que se produce.

Para explicar de forma más clara lo anterior, a continuación, se presenta un ejemplo que cita Carlos Ronderos en su libro El ajedrez del libre comercio.

“El modelo toma en cuenta 2 países, Inglaterra y Portugal, y dos productos, paños y vinos, y mide la eficiencia en la producción de cada uno de estos bienes por la cantidad de horas que debe emplear un trabajador en producir una unidad.

Teoría de la demanda recíproca.

Pérez (2014), señala que, uno de los pioneros de la economía moderna, Jhon Stuart Mill (1806-1873) desarrolló sobre el trabajo de David Ricardo su propia teoría del comercio internacional titulada Teoría de la demanda recíproca o el intercambio provechoso.

Se quiso demostrar que “el índice real que las mercancías se intercambian depende de la extensión y la elasticidad de la demanda de cada país para el producto del otro país, o de la demanda recíproca”, para lo cual partió de dos postulados: 1) la teoría de Smith que explica que el beneficio derivado del comercio internacional tiene su origen en la especialización de los países, y 2) la exposición de David Ricardo acerca de que el beneficio bruto está determinado por las diferencias de los costos comparativos.

Así, para este economista inglés, el intercambio comercial entre dos socios es el resultado de los gustos y situaciones económicas de los consumidores de cada uno de ellos por lo que, los productos y sus cantidades que cada país necesita importar de otro, se equilibra con las exportaciones que el uno le envía al otro, ya que los países pagan sus compras internacionales (importaciones) con las ventas (exportaciones) que realizan, lo que infiere que el costo real de las importaciones de un país está compuesto por el valor de producción de las mercancías que exporta para poder importar.

Teoría de las ventajas competitivas.

Pérez (2014), señala que, Michael Porter, aportó la más reciente postulación teórica relacionada con el librecambio, titulada las ventajas competitivas de las naciones.

En esta teoría, Porter argumenta que la ventaja de una nación no se deriva de la dotación de los factores, sino de la tecnología y al respecto, Carlos Ronderos en su libro El ajedrez del libre comercio: “Las naciones exportan en sectores en los que sus empresas consigan una (disparidad) delantera en tecnología, (ya que) en lugar de limitarse al despliegue de una masa fija de factores de producción, un asunto más importante es determinar la forma en que las empresas y las naciones mejoran la calidad de los

factores, elevan la productividad con la que se utilizan y crean nuevos factores”.

Este mismo actor, señala en su libro que los elementos que desarrolla la teoría de Porter son:

- La existencia de mercados segmentados.
- La existencia de productos diferenciados.
- Una diferenciación tecnológica.
- La existencia de economías de escala.

Teoría neoclásica.

Pérez (2014), señala que, durante la segunda mitad del siglo XIX, la economía europea presenció algunos cambios en su estructura gracias a incrementos en la productividad del trabajo que se dieron por el uso de nuevas técnicas de producción y de capital. Lo anterior no solo dio fuerza a la industria, sino que incrementó el salario de los trabajadores y por ende, el nivel de vida de la población aumentó.

Por consiguiente, este periodo no solo fue testigo de una revolución productiva, sino que el papel ejercido por las actividades comerciales y financieras tomó más fuerza, lo que trajo consigo nuevas ideas relacionadas con el desarrollo de los países.

Así, nace la idea de que cada factor contribuye al proceso productivo de acuerdo a su aportación marginal y se hacen cambios importantes a los modelos desarrollados por los clásicos, que, si bien fueron respetados, se aterrizaron más a la realidad y se hicieron correcciones para tratar de mejorar los principios generales de la teoría clásica.

Así mismo, los neoclásicos asociaron el capital con el trabajo como factores generadores de los valores económicos, ya que se dieron cuenta de que las mercancías no solo se cambiaban en proporción al trabajo, sino que el capital también jugaba un papel importante.

Teoría de la ventaja de los factores.

Pérez (2014), señala que, el modelo Heckscher–Ohlin busca explicar el funcionamiento de los flujos del comercio internacional. Inicialmente fue el economista Eli Heckscher (1879-1952) quien formuló un teorema en 1919, pero más adelante el economista sueco Bertil Ohlin (1899-1979) modificó este teorema y formuló en 1933 la teoría de la ventaja de los factores o también conocida como la Teoría de la dotación de los factores, que básicamente estudia la especialización de los países en el comercio exterior de acuerdo a la dotación o disponibilidad de los factores.

2.2.2. Conceptual

La teoría del comercio internacional inició con una visión mercantilistas, la cual establece que el comercio internacional se ocupa de las ganancias en términos de intercambio. Los autores mercantilistas establecen que la riqueza consiste en el dinero, la regulación del comercio exterior para generar una entrada de metales preciosos y mantener una balanza comercial favorable porque de algún modo genera la prosperidad nacional.

Los mercantilistas consideraron favorable el hecho que exista comercio internacional, ya que, de acuerdo con ellos, éste proveía de metales preciosos (oro y plata) y era precisamente su acumulación lo que hacía que un Estado se hiciera económicamente rico y políticamente poderoso. La relación entre balanza comercial y metales preciosos se hallaba cuando los mercantilistas sostuvieron que a todo saldo favorable (desfavorable) de la balanza le correspondía una entrada (salida) de metales preciosos y el monto de dicho movimiento equivalía al saldo resultante de la balanza.

De aquí se deduce que los mercantilistas clamaban por que el Estado estableciera una política de total fomento a las exportaciones y una de restricción cabal a las importaciones.

Los Mercantilistas: Cabe destacar que sí bien esta es una aportación de los mercantilistas para la teoría general del comercio internacional, se caracteriza por ser una falacia, ya que Adam Smith planteaba de manera crítica que el dinero se equiparaba falsamente al capital, y la balanza comercial favorable se equiparaba al saldo anual del ingreso sobre el consumo, además de que la riqueza de un país no consiste sólo en su oro y su plata, sino en sus tierras, viviendas y bienes de consumo de todas clases.

Por otro lado, los mercantilistas dieron las bases de lo que ahora se conoce como la teoría cuantitativa del dinero, que dice que los precios varían de forma directamente proporcional a la cantidad de dinero en circulación e indirectamente proporcional al volumen total de bienes vendidos. Matemáticamente se expresa como:

$$PQ = MV + M'V'$$

Dónde:

P= es el nivel general de precios

Q= es la cantidad de bienes

V= es la velocidad del dinero en efectivo

M'= es la cantidad de crédito en circulación

V'= velocidad del dinero a crédito

Los mercantilistas señalaron la relación que existe entre la cantidad de dinero y el nivel de precios. Ellos notaron que a medida que el nivel de precios aumentaba, la oferta de dinero también lo hacía (entiéndase oferta de metales preciosos). Por consecuencia, señalaron que la causa de la elevación en el nivel de precios en relación con el de otros países, radicaba en la existencia de una mayor cantidad de circulante (metales preciosos).

Una mayor oferta de circulante se da una alza en los precios, incompatibles con la balanza comercial favorable y la disminución de las exportaciones, estimulando las importaciones.

Los clásicos: Mientras que los mercantilistas estuvieron influenciados por condiciones políticas y sociales (la conformación de los estados nacionales y el florecimiento del renacimiento), los clásicos se influenciaron por la filosofía de la ilustración (resaltaba una política de libre cambio en lo externo y de libre competencia). El elemento catalizador de la actividad económica era el interés individual y consideraron que el trabajo era el único factor productivo que genera valor alguno (teoría valor trabajo).

Por tanto, centraron toda su atención en lo que el trabajo humano produce: la mercancía. Esto constituye una gran diferencia con lo planteado en siglos anteriores, en donde los metales preciosos eran la única fuente de valor.

La ventaja absoluta. - Adam Smith abogó por la libertad de los intercambios internacionales debido a que descubrió que, cuanto más amplios fueran los mercados, mayores serían las oportunidades de especialización en su economía, principal manera de aumentar la productividad del trabajo (producción por hora hombre) y, en consecuencia, la producción, la renta y el bienestar de la nación.

Así es como Adam Smith introduce la teoría del valor trabajo, a través del significado de la ventaja absoluta, que establece que un país que tiene dos productos para vender, uno de estos le es más fácil producir que el otro, la ventaja absoluta señala que el país se beneficiará al comprar aquel bien que le cueste más producir y venderá aquel bien que le sea más fácil producir". Basado en lo anterior señala que el libre comercio entre las naciones es mutuamente beneficioso y se podría elevar el nivel de vida, para que se lleve un adecuado intercambio comercial.

Ventajas comparativas. La teoría de la ventaja comparativa establece que el país con ventaja absoluta debe especializarse en la mercancía donde tiene más ventaja, es decir en el que tiene ventaja comparativa, e importar aquel en que tiene menos ventaja. En consecuencia, el país con desventaja en los dos bienes, se especializa en el que tiene menos desventaja absoluta, que para él se traduce en ventaja comparativa, se especializa. Por otra parte, David Ricardo se caracteriza por aportar un mayor rigor y profundidad al análisis, introduciendo de esta manera el principio de la ventaja comparativa, debido a que el principio de la ventaja absoluta no es viable para el funcionamiento del comercio internacional. “Ya que, para Ricardo, el producir mejor significa producir con menor uso de mano de obra (de trabajo).

Es importante recordar que en la época en que Ricardo escribió su obra, y durante casi todo el siglo ante pasado, se consideraba al trabajo como el factor productivo que dotaba de valor a las mercancías. ” Un concepto importante de la ventaja comparativa es que los países exportarán los bienes que se producen más eficientemente e importarán los bienes que produzca de manera menos eficiente. El fin principal del comercio internacional es la ganancia que se obtendrá al realizarse las transacciones entre los países.

Es por eso que David Ricardo introdujo un modelo de ventaja comparativa basado en diferencias en la productividad del trabajo, donde señala que, en una economía competitiva es necesario conocer los precios relativos de los bienes de la economía, es decir, el precio de un bien en términos del otro y así maximizar las ganancias.

2.3. Definición de términos básicos

Actividad aduanera - Son todos aquellos actos necesarios para que la operación aduanera se pueda realizar. Entre las actividades aduaneras podemos destacar: la confrontación, el reconocimiento, la

Aduana - Organismo responsable de aplicación de la legislación aduanera y control de la recaudación de los derechos de aduana y demás tributos. liquidación, el desaduanamiento, etc.

Almacén aduanero - Local abierto o cerrado destinado a la colocación temporal de mercancías mientras se solicita su despacho. Su gestión puede estar a cargo de aduanas, de otras dependencias públicas o de privados.

Arancel de aduanas - Instrumento legal que comprende la nomenclatura para la clasificación oficial de las mercancías susceptibles de ser importadas al territorio nacional o exportadas del mismo o sometidas a otros regímenes aduaneros, así como los gravámenes aplicables a las mismas y las restricciones u otros requisitos que deben ser cumplidos con motivo de las operaciones aduaneras.

Back to back - Cuando el beneficiario del crédito no es el proveedor final de la mercancía y el crédito recibido no es transferible, el exportador puede solicitar a su Banco que emita un nuevo crédito documentario respaldado por el primer crédito recibido. Son dos créditos distintos (a diferencia del transferible). Son operaciones muy complejas y con elevado riesgo para los bancos.

Carga consolidada - Carga en forma agrupada, que es transportada bajo nombre y responsabilidad de un operador de transporte, distinto del porteador (consolidado) en el vehículo de éste, destinada a uno o más consignatarios finales.

Carta de crédito - Documento emitido por un banco y obtenido por el importador, en el que se autoriza a otro banco a abonar al exportador una suma específica de dinero, cuando el banco haya recibido el documento en que se garantiza que se han cumplido las condiciones estipuladas en la carta de crédito. Ejemplo: condiciones de venta, packing, fecha de envío, etc.

Commodity - Mercancía cuyo precio es fijado por la demanda y oferta internacional. Por lo general son materias primas como productos agrícolas y mineros.

Costo y flete - Término con que se expresa que el costo del valor y del flete de los artículos está incluido en el precio cotizado por el exportador. La adquisición y el costo del seguro corren por cuenta del exportador.

Depósito aduanero - Lugares donde se permite que una mercancía esté a la espera de ser despachada a consumo un cierto tiempo. Son unos recintos, bajo el control de la Aduana en el que las mercancías no abonan derechos de importación. EMBALAJE - Es lo que sirve para envolver o proteger las mercancías, pudiendo también cumplir otras funciones como son las de separar o individualizar los efectos, facilitar su movilización o transporte, permitir hacer marcas o señales de identificación con respecto a las mercaderías, evitar la dispersión o desaparición de éstas últimas, etc.

Exportación - Acto u operación de despacho de mercancías de un país hacia el extranjero, para uso o consumo definitivo.

Incoterms - Cláusulas del comercio internacional definidas por la Cámara Internacional de Comercio, con la pretensión de aclarar las obligaciones del vendedor y comprador en los contratos internacionales de compra-venta, en cuanto a las condiciones de entrega de las mercancías.

Libre comercio, area de - Grupo de países que eliminan las barreras arancelarias entre sí, pero mantienen sus respectivos aranceles vis a vis terceros países del resto del mundo.

Mercancía - Se denomina mercancía a todo género vendible; cualquier cosa mueble que se hace objeto de trato o venta. / A los efectos del tráfico de perfeccionamiento, se entiende por mercancía todos aquellos insumos, materias primas, partes o piezas que sean necesarios en el proceso productivo, aunque se consuman sin incorporarse al

producto reexpedido, exportado o reintroducido y siempre que pueda determinarse su cantidad. Se exceptúan los lubricantes y combustibles.

Seguro de crédito a la exportación - Es el que tiende a cubrir los riesgos excepcionales en relación con el comercio exterior, incluyéndose el seguro de cambio, para prevenir posibles devaluaciones, y el llamado riesgo país, que prevé la posible falta de pago por causas políticas.

Zona de libre comercio - Similar a la unión aduanera, pero cada país miembro mantiene su propia política comercial, incluso los aranceles a países ajenos al acuerdo.

Zona franca - Un enclave nacional creado por las autoridades competentes de cada Estado con el fin de considerar las mercancías que allí se encuentren como si no estuvieran en territorio nacional para la aplicación de los derechos aduaneros, restricciones y cualquier otro impuesto.

CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipotesis

3.1.1. *Hipotesis general*

Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019.

3.1.2. *Hipotesis específica*

Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales de la región Piura en el periodo 2010-2019.

3.2. Definición conceptual de las variables

3.2.1. *Definición Conceptual de la variable Independiente V(y)*

V(y): Comercio exterior

Bustillo (2008), señala que, en el intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una “frontera”.

Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos.

3.2.2. Definición Conceptual de variable Dependiente $V(x)$

$V(x)$: Ventajas comparativas

Porter (2007), señala que, de acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión. Según Michael Porter: “la base del desempeño sobre el promedio dentro de una industria es la ventaja competitiva sostenible”.

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable Dependiente $V(x)$

X: El Comercio Exterior de la Región Piura

X1: Comportamiento Exterior de la Región Piura, referido a las exportaciones no tradicionales: Agroindustria.

3.3.2. Variable Independiente V(y)

Y: Ventajas Comparativas

Y1: Eficiencia en la Capacidad productiva

Y2: Eficacia en la Capacidad productiva

3.3.3. Indicadores

Variable Independiente V(x)

- Eficiencia en la capacidad productiva

Variable Dependiente V(y)

- Comportamiento exterior de la región Piura, referido a las exportaciones no tradicionales de la Agroindustria.

CAPÍTULO IV: DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

4.1.1. *Según las variables de estudio*

a) **Descriptivo.**

Porque se utilizó información de estudios, investigación, trabajos investigativos de las variables, normas legales, investigación, monografías, registros, documentos históricos, etc.; y se describieron los elementos, procesos, requisitos para las exportaciones en el país; respondiendo el grado de significancia de las ventajas comparativa con el comercio exterior.

b) **Analítico.**

Porque se analizaron los elementos del comercio exterior su grado de influencia de las ventajas comparativa en el comercio exterior, las ventajas competitivas y exportaciones no tradicionales en la región Piura.

c) ***Según la intervención del investigador***

Observacional.

Porque no hubo en ningún momento la intervención del investigador, ya que los datos reflejaron su evolución natural del fenómeno, ajena al investigador; la información se recopiló de

las fuentes de Banco Central de Reserva-BCR, de la Cámara de Comercio e Industrias de Piura, Sunat, Prompex, MITICI, y el Gobierno Regional de Piura.

4.1.2.Diseño de investigación

La investigación es aplicada. Se aplicó el método cuantitativo y analítico; además el grado de relación de las ventajas comparativas y las exportaciones de la región Piura, fue de diseño no Experimental - longitudinal, de enfoque cuantitativo, porque se estudió un fenómeno cuyos acontecimientos podrían contribuir a implementar políticas de exportación que permitan contribuir al desarrollo de la región.

Por medio de la investigación cuantitativa se obtuvo información cuyas conclusiones son estadísticas, es decir basada en cálculos y los números; que, a su vez, se identifican oportunidades y ventajas existentes, que se conoce la problemática y envuelve en convertir estas oportunidades en fortalezas, para las exportaciones en Piura.

Se realizó análisis estadísticos de los datos, mostrando enfoques y productos vinculados a mercados específicos; es la razón de las hipótesis internas, que revelan resultados concretos. Hay beneficios para las empresas de comercio exterior, y los consumidores, exponen las deficiencias de los productos competitivos, lo que constituye

la posibilidad de que esas faltas en los productos competidores, no se encuentren en los nuestros.

4.2. Método de investigación

El método fue deductivo e inductivo, de tipo cuantitativo y analítico; que requirió de hacer los diagnósticos y análisis de la información estadística de lo general a lo particular y viceversa y analítico y sintético; sobre las exportaciones no tradicionales de la región Piura, y se identificó el grado de relación y nivel de significancia, entre las ventajas comparativa y las exportaciones no tradicionales; también, se identificó productos con ventajas comparativas, para el mercado internacional.

4.2.1. Inductivo – Deductivo

La deducción, va de lo general a lo particular, se aplicó a los datos generales, para concluir por medio del razonamiento lógico, las hipótesis propuestas; es decir; parte de verdades antes establecidas como principios generales, y aplicarlos a casos individuales y demostrar su importancia. Lo deductivo, fue aplicado en el trabajo de investigación, cuyos hechos observados van de lo general a lo particular. (Razo, 2011).

La inducción, va de lo particular a lo general; se utilizó para la observación de hechos particulares que se obtuvieron propuestas generales, y se establecieron por principio general,

cuando se realizó el análisis y el estudio de los hechos y fenómenos. Este método fue aplicado en el trabajo de investigación, basándose en los hechos observados. (Razo, 2011).

4.2.2. Analítico – Sintético

Consistió en dividir todo lo preciso en sus elementos integrales, para investigar la naturaleza y efectos de los mismos. El análisis implica solucionar lo existente, en las diferentes partes que lo conforman. (Razo, 2011).

Es una traducción del método analítico, para aplicarlo a los procesos de los sistemas político-administrativos. La estructura, fue la entrada para los materiales, de la parte central del proceso interno y una salida de servicios, que en cualquier momento pueden convertirse en recursos del sistema de una operación de retroalimentación.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

Supo (2018), señala que, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

La población estuvo constituida por todos los productos que exporta al mercado mundial la región Piura, con cierto grado de ventajas comparativas en el periodo 2010-2019.

4.3.2. Muestra

Supo (2018), señala que, es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de la población.

Estuvo constituida por los productos agroindustriales, con ventajas comparativas que exporta la región Piura en el periodo 2010-2019 al mercado mundial.

4.4. Lugar de estudio y periodo de desarrollo

4.4.1. Lugar de estudio

Se llevó a cabo en Lima metropolitana y Callao sobre la región Piura con los siguientes datos técnicos:

a) Ubicación.

El departamento de Piura está ubicado en la parte nor occidental del país. Tiene una superficie de 35 892 km², ocupando el 3,1 % del territorio nacional. Limita por el norte con Tumbes y la República del Ecuador; por el

este, con Cajamarca y el Ecuador; por el sur, con Lambayeque; por el oeste, con el Océano Pacífico. Políticamente está dividido en 8 provincias y 64 distritos, siendo su capital la ciudad de Piura.

b) *Clima.*

Piura posee un clima tropical y seco, con una temperatura promedio anual de 24°C, que en el verano supera los 35°C, pudiendo llegar hasta 40°C cuando se presenta el Fenómeno El Niño extraordinario. La época de lluvias es entre enero y marzo. En las zonas andinas, el clima presenta noches frías y mañanas templadas.

c) *Territorio.*

La extensión territorial del departamento de Piura es de 35,892.49 km², equivalente al 3,0% del territorio nacional. El relieve del suelo es heterogéneo, notándose en la planicie costera el predominio de la formación desértica sobre los tablazos y pampas. La franja costera es la más ancha del Perú y alcanza 200 km. desde el mar hasta los contrafuertes de la Cordillera Occidental de los Andes.

Entre los desiertos más relevantes se mencionan el desierto de Pabur y Sechura ubicados en el extremo sur-oeste del territorio del Departamento y son los más cálidos y extensos del Perú y América.

Piura tiene una topografía variada y poco accidentada, en la costa alcanza su mayor amplitud sobre el paralelo 6° LS. En esta región predominan las llanuras desérticas: Sechura, al sur del río Piura, es el desierto con mayor superficie a nivel nacional y en él se localiza la depresión de Bayóvar, que es el área más baja del territorio peruano con 37 m. por debajo del nivel del mar.

d) Población.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017), señala que, el departamento de Piura, es la que registra la mayor población después de Lima. Al 2017, somos 1 millón 856 mil 809; el 49,5% son hombre y el 50,5 % mujeres. La evolución de la población de la ciudad de Piura se puede observar en la figura 1.

4.4.2. Periodo de desarrollo

- Inicio: Marzo 2010
- Final: Marzo 2019

4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

4.5.1. Las técnicas utilizadas

Los análisis para los resultados de la aplicación de los instrumentos finales usados, se efectuaron mediante tablas estadísticas y de información comparativas en los programas Office 2020 y se usaron el Microsoft Project 2017; para los análisis descriptivos de cada ítem de los instrumentos finales; distribución de las estadísticas documentales, análisis, interpretación y contrastación final. para los análisis inferebnciales se usaron el programa estadístico spps V.25.

4.5.2. Técnicas para el análisis de los datos

Se recurrió al Método Deductivo-Inductivo, conjuntamente con el uso del Método Analítico Sintético. Se recopiló información sobre el comercio exterior de productos no tradicionales del departamento de Piura su producción en el sector agrícola.

Se sustenta con datos e información de series históricas, pero también utilizara información de corte transversal; su es carácter descriptivo y explicativo, porque se intenta conocer cuáles

son las ventajas comparativas de la región Piura, con fines de exportación.

Por otro lado, este trabajo tiene por finalidad ser explicativa, es decir que sus variables tienen una causa y efecto dado que las conclusiones y recomendaciones, serán de utilidad para fortalecer y desarrollar la región Piura, en cuanto a comercio exterior, se refiere, y así pueda contribuir al equilibrio general de la balanza comercial. La metodología estadística a utilizar es cuantitativa, son los promedios simples y ponderados, las estructuras, las tasas de crecimiento, los ratios, los coeficientes de correlación, entre otros; a fin de facilitar el tratamiento y estudio de las interrelaciones de la variable.

4.5.3. Técnica para la demostración de la hipótesis

Los análisis documentales fue mediante el uso de instrumentos de recolección de datos, para el desarrollo de las tablas, gráficos y figuras, estadísticas y de información comparativa en los programas Excel y Project 2018, para los análisis de los datos. Los análisis serán descriptivos de cada ítem de los instrumentos finales; distribución de las estadísticas documentales, análisis, interpretación y contrastación final.

4.5.4. Técnica estadística

El estudio es una investigación básica; para ello es necesario recurrir al Método Científico (Deductivo - Inductivo), como método general, empleándolo desde lo específico al Descriptivo - Explicativo, conjuntamente con el uso del Método Histórico. Para desarrollar la Investigaciones se debe recurrir a la recolección de información, para el presente caso está vinculado a la producción del sector agroindustriada de la región Piura.

La presente investigación es no-experimental-longitudinal, porque se sustenta en información de series históricas, desde 2010-2019; pero utiliza información de corte transversal.

Es descriptivo y relacional, porque se conocen las ventajas comparativas de la región Piura, con fines de exportación y sus consecuencias que estas demandan. También es aplicada, porque desarrolla un problema en la región, y en sus conclusiones y recomendaciones son de utilidad, para fortalecer y desarrollar la región Piura, contribuyendo al equilibrio de la balanza comercial.

La metodología estadística es cuantitativa, se determinan promedios simples y ponderados, las estructuras, tasas de crecimiento, ratios, los coeficientes de correlación, entre otros; a fin de facilitar el tratamiento e interrelaciones de las variables.

4.5.5. Instrumentos para recolectar datos

a) Instrumento 1: La Ficha.

Fernández, A. (Citado por Hernández Hermosillo; 2014) menciona que una ficha de trabajo denota la lectura y el análisis de su contenido por parte del investigador y no sólo acumula datos organizados como el caso de la ficha bibliográfica y Hemerográfica. En ellas se anota la información de las fuentes y los razonamientos del investigador. La elaboración de estas fichas requiere del análisis y la lectura en profundidad de un tema.

Se utilizó la ficha de resumen, que consistió en una tarjeta en la que se guardaron los resúmenes personales sobre las ideas, resúmenes de textos, conceptos, etc. considerando la fuente consultada. Se registró el autor, título de la bibliografía, la nota resumen, fecha de consulta, número de ficha y páginas consultadas.

Para la investigación, se utilizó la guía de análisis documental, en la que se consignó los siguientes datos:

- Título del artículo Autor/es y publicación
- Número de la publicación
- Fecha publicación Mes (o periodo) y año de publicación
- Página inicial y final
- Editorial y lugar de publicación.

b) Observación indirecta.

Sampieri (2010), señala que, consiste en tomar datos del sujeto(s) a medida que los hechos se suscitan ante los ojos del observador, quien desde luego podría tener algún entrenamiento a propósito de esa actividad.

En este caso la visitaron las bibliotecas de las instituciones públicas y privada, como PROMPEX, MINCETUR, SUNAT, CCIL, BCR, entre otras, lugares que permitió tomar los datos, de los registros, que luego fueron contrastados y complementados con los análisis respectivos.

4.6. Análisis y procesamiento de datos

Los análisis fueron vinculantes con las variables comercio exterior y ventajas comparativas, utilizándose programas estadísticos complementarios relacionados al procesamiento e interpretación de datos, como el Excel 2017, para los análisis estadísticos del levantamiento de información; los datos experimentaron un proceso de organización y resumen, antes de ser inteligibles; mediante la estadística descriptiva, se proporcionaron las herramientas para organizar, simplificar y resumir la información básica, a partir de un conjunto de datos, que de otra forma serían poco manejables; los datos se presentaron en tablas,

con las estadísticas temporales y espaciales, para la medición de las variables.

Se realizarán tabulaciones y representación en tablas, gráficos en barras y pasteles, con la descripción de los datos, que fueron variables y categóricas. La información estadística y documental permitió analizar las variables de población, territorio, recursos naturales, productos exportables, determinar la asociación entre el comercio exterior y las ventajas comparativas, en el departamento de Piura.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Resultados descriptivos

5.1.1. Caracterización del departamento de Piura

a) Ubicación geográfica.

El departamento de Piura está ubicado al noroeste del país. Tiene una superficie de 35 892 km², ocupando el 3,1 % del territorio nacional. Limita por el norte con Tumbes y la República del Ecuador; por el este, con Cajamarca y el Ecuador; por el sur, con Lambayeque; por el oeste, con el Océano Pacífico. Políticamente se divide en 8 provincias y 65 distritos, con su capital Piura.

Presidencia del Consejo de Ministros (PCM, 2019), señala que, Piura se sitúa al extremo noroeste del país, con 35.892,49 km², representando el 2.79% del Perú, dividido en 8 provincias y son: Piura, Ayabaca, Huancabamba, Morropón, Paita, Sullana, Talara y Sechura.

Son 3 las principales ciudades de Piura: Piura con 436 440 habitantes, con una tasa de crecimiento 2014-2017 de 1,42%, Sullana con 201,302 habitantes, con una tasa de crecimiento 2014-2017 de 0,85% y Talara con 90,830 habitantes, con una tasa de crecimiento 2014-2017 de 0,04%. (Inei, 2017)

b) Reseña histórica.

Banco Central de Reserva (BCR, 2019), señala que, el desarrollo cultural en Piura se remonta a 1000 años a.C., época en que grupos de agricultores se fueron organizando en la zona, dando lugar a varios cacicazgos locales. Entre ellos destacaron los Guayacundos Ayahuancas, pueblo rebelde y amante de la libertad, que nunca llegó a ser totalmente integrado ni por la cultura Wari (500- 1100 d.C.) ni por la expansión del Incanato.

La cultura Vicús (500 a.C.-500 d.C.) constituye una de las manifestaciones culturales más importantes de Piura. Destaca su cerámica y orfebrería (Venus de Oro). Herederos de esta tradición cultural fueron los tallanes, quienes fueron conquistados primero por los chimú y más tarde por los incas en el siglo XV. En 1532, a orillas del río Chira, en el valle de Tangará, Francisco Pizarro fundó la primera ciudad hispana en el Perú, San Miguel. La ciudad de Piura se estableció definitivamente en 1588.

El 4 de enero de 1821, en el recinto de la Iglesia San Francisco, Piura declaró su independencia de España. A inicios del siglo XX se descubrieron en Piura ricos yacimientos petrolíferos que hicieron de Talara un sitio muy atractivo para la inversión internacional. Hoy los piuranos mantienen vivas sus

tradiciones y hacen del turismo y la artesanía sus principales herramientas para el desarrollo.

c) Clima.

Banco Central de Reserva (2019), señala que, Piura tiene una geografía variada. En su región costera destaca el desierto de Sechura, el más grande del Perú; en este se localiza la depresión de Bayóvar, el área más baja del territorio peruano (37 m debajo del nivel del mar). Hacia el este, en la región andina, el territorio es más accidentado. Allí se ubica el Paso de Porculla (2138 msnm), el paso más bajo de los Andes peruanos. La ciudad de Piura tiene un clima árido y cálido, con ausencia de lluvias en todo el año. La temperatura media máxima es 31,2°C (88,1°F) y la mínima 17,7°C (63,8°F). En los años en que se presenta el Fenómeno de El Niño, hay precipitaciones, entre los meses de diciembre y junio

Debido a su proximidad con la línea ecuatorial, la costa de Piura tiene un clima cálido durante todo el año. La temperatura promedio es de 26 °C. El clima costero presenta tanto características de clima tropical en zona yunga y de sabana tropical a nivel del mar. Este clima se le conoce también por seco tropical o bosque seco ecuatorial. Es un clima parecido a la de la una sabana tropical. La temperatura máxima puede alcanzar los 40 °C y la mínima los 15 °C. En la zona costera sur del departamento,

colindando con el Departamento de Lambayeque, existe un clima semi desértico. La sierra piurana tiene un clima húmedo subtropical y templado con un promedio anual de 15 °C.

d) Población.

Según el último Censo de Población y Vivienda de 2017, la población de Piura ascendía a 1,9 millones de habitantes (6,3 % de la población nacional), siendo la segunda región con mayor población, superada únicamente por Lima.

La región tuvo un crecimiento poblacional promedio anual de 2,0 % en el periodo 2007-2017, ritmo que se ha desacelerado particularmente en el último periodo intercensal (2007-2017) donde la tasa de crecimiento de Piura fue de 1,0 %, tendencia similar registrada a nivel país donde la tasa de crecimiento fue de 0,7 %. (Ver tabla 1)

Tabla 1
Población Censada 2007-2017

	2007	2017
Piura	1 676	1 857
Urbana	1 224	1 472
Rural	453	385

Nota: Inei (2017).

La distribución de la población entre áreas geográficas ha cambiado con el tiempo. En el 2007, la población en Piura fue de 1

676 mil; y para el año 2017 creció a 1 857 mil hab.; la población rural se redujo, de tal forma que en 2017 constituía el 20,7%.

8 de cada 10 habitantes está en Piura; aspecto positivo porque una mayor densidad poblacional permite la provisión de servicios de manera más eficiente por las economías de escala que se generan. No obstante, imprime grandes retos como el ordenamiento urbano y la seguridad, entre otros.

En 2017, la población del área urbana ha aumentado en, pero la tasa de crecimiento anual ha tenido una tendencia decreciente, debido a la reducción de niveles de fecundidad. Al respecto, en Piura, en 1993 una mujer en promedio tenía 2,5 hijos, cifra que disminuyó a 1,7 en el censo 2017. (Ver figura 2)

Figura 1

Mapa de la Región Piura



Nota de figura: INEI (2017)

e) Estructura productiva de Piura.

INEI (2017), señala que, En la última década (2010-2019), el crecimiento económico promedio anual de la región fue de 3,9%, tasa inferior a la registrada a nivel nacional (4,4%) y superior a regiones del norte como La Libertad (3,7%) y Tumbes (3,2%); dinamismo que se ha traducido en un mayor bienestar de la población. El alto potencial de desarrollo de Piura se sustenta en la riqueza de sus recursos naturales y dotación de factores productivos.

Tabla 2

Valor agregado bruto de la Producción 2017 - Variación porcentual promedio anual

Actividades	Estructura% (2010- 2019)%	2015- 2019	2010- 2019
Agricultura, Ganadería, Caza y Sivicultura	8,5	3,5	4,4
Pesca y Acuicultura	2,6	-2,7	3,0
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	12,9	-7,3	-2,8
Manufactura	15,2	0,2	2,9
Electricidad, Gas y Agua	1,6	6,1	6,1
Construcción	7,3	6,6	9,6
Comercio	13,6	2,5	5,2
Transporte, Almacén, Correo y Mensajería	7,1	3,9	6,5
Alojamiento y Restaurantes	2,3	3,8	5,8
Telecomunicaciones y otros Serv. de información	3,1	8,6	10,4
Administración Pública y Defensa	5,9	3,9	4,5
Otros Servicios	19,9	3,7	3,3
Valor Agregado Bruto	100,0	1,8	3,9

Nota de fuente: INEI (2017)

INEI (2017), señala que, el sector otros servicios se constituye como la principal actividad en la economía regional al representar el 19,9% de la producción de Piura en el período 2010-2019 (este sector representa el 24,7% en la estructura productiva nacional). El sector manufactura, representó el 15,2% de la economía de Piura (este sector representa el 15,6% a nivel país).

f.) Potencialidades de agroexportación de la región

Gobierno Regional de Piura (2018), en la Zonificación Ecológica Económica-ZEE, la región cuenta con 244 mil Has. de

potencial agrícola bajo área de riego en costa y sierra. Más de 60 cultivos con mercado nacional y de exportación. Ventaja de clima (cálido y dos estaciones de verano e invierno con temperatura de 22°C en promedio). θDisponibilidad de agua. θGran potencial para la explotación forestal de maderas finas y algarrobo (bosque seco). θEl potencial de almacenamiento de agua futuro es de 2,400 millones de m³ para regar más de 350 mil has.

Valle del Chira: 35,000 hectáreas bajo riego Valle del Bajo Piura: 45,000 hectáreas bajo riego, Valle de San Lorenzo: 35,000 hectáreas bajo riego, Valle del Alto Piura: 42,000 hectáreas. Reservorio de Poechos 750 millones de m³. Reservorio de San Lorenzo: 250 millones de m³. De acuerdo a fuentes del Gobierno Regional, la Región Piura tiene un potencial agrícola de 769,848 hectáreas

5.1.2. Comercio exterior en Perú y Piura

a) En Perú.

Mincetur (2017) el comercio internacional de Perú, superó los US\$68.000 millones; las exportaciones nacionales alcanzaron los US\$ 35.511 millones entre enero y octubre.

Entre enero y octubre del año 2017, el intercambio comercial de Perú superó los 68.000 millones de dólares, un 15,8% más que en el mismo período del año anterior. (Mincetur, 2018)

Las exportaciones peruanas alcanzaron los 35.511 millones de dólares entre enero y octubre, por otro lado, las importaciones alcanzaron los 32.614 millones de dólares, lo cual provocó incrementos del 22,9% y 8,9% respecto al mismo plazo del año 2016. El comercio internacional aumentó este año debido a los volúmenes exportados (12,6%) de sectores como la pesca (69%) y los hidrocarburos (29%).

Las exportaciones estuvieron en aumento, promovido por la mayor demanda de Asia, entre enero-octubre de 2017, las exportaciones hacia los países asiáticos aumentaron un 48%, y un 8,5% al resto de países. El crecimiento no es solo a China, donde se exportó el 40 %, Tailandia (122,2%), India (126,8%), Corea del Sur (61,7%) y Japón (51,8%)". Las exportaciones nacionales superarán los 44.000 millones dólares, lo que supone un incremento del 21% respecto a las exportaciones del 2016.

b) En Piura.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), señala que, en el primer semestre, las exportaciones alcanzaron los 1,400.1 millones de dólares, con un aumento de 2,5 % en

comparación a 2018, informó la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (Perucámaras).

Los envíos de productos no tradicionales, que sumaron 1,020.3 millones de dólares y fueron responsables del 72,9% del total despachado por esta región, se redujeron en 0,4%. Las exportaciones pesqueras representaron el 49,5% (504.6 millones de dólares) y crecieron 2,7%. Los principales productos exportados fueron jibias, globitos, calamares y potas congelados (223.2 millones de dólares), que aumentaron 23,5%; así como jibias y calamares preparados o en conserva (135.9 millones de dólares), que cayeron 16.4%.

En tanto los despachos agropecuarios, que representaron el 33,5% (341.3 millones de dólares), se redujeron 1,6%. Por su parte, los envíos del sector tradicional, que concentraron el 27,1 % del total exportado, aumentaron 11,2% al sumar 379.8 millones de dólares.

Las exportaciones de petróleo y gas natural, que significaron el 68,5 % (260.3 millones de dólares), crecieron 8,9 %, como resultado del incremento de los envíos de residual 6 (16,8%), principal producto de exportación que alcanzó los 122,7 millones de dólares. Los despachos del sector pesquero tradicional, que

tuvieron una participación de 19,4% (73.5 millones de dólares), registraron un incremento de 0,4%.

En tanto, a nivel general los envíos agropecuarios de la Macrorregión Norte se incrementaron 11 % en el primer semestre del año, al sumar 1,099.8 millones de dólares, informó hoy la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (Perucámaras). Asimismo, subrayó que este sector fue el segundo con mayor participación dentro de la estructura exportadora de esta zona del país.

Los principales productos exportados fueron las paltas que ascendieron a 243 millones de dólares (con un crecimiento de 23,8%) y mangos por 142.9 millones de dólares (-10,8%). Les siguen las preparaciones para alimento de animales, 94.8 mill. de dólares (-3,1%); plátanos, 83.8 mill. de dólares (-6,8%); y arándanos rojos, 76.2 mill. de dólares (58,7%).

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), señala que, Piura es una de las tres regiones más importantes del Perú después de Arequipa y La Libertad. La región concentra el 5,9% de la población, el 4,3% de la producción y el 4,8% de la exportación. Piura tiene una economía diversificada; es el primer productor de

limón, mango, caña para etanol; petróleo, fosfatos y pescado congelado.

En 2017, según información de la SUNAT, las exportaciones de Piura ascendieron a US\$ 2 105 millones, creciendo 3,9% respecto al año 2016. La ocurrencia de “El Niño Costero” afectó la actividad agrícola piurana (uva, mango), reduciendo la oferta exportable de productos agrícolas. Así, las exportaciones agropecuarias descendieron 9%, totalizando US\$ 677 millones.

El crecimiento de las exportaciones piuranas en 2017 obedeció a los mayores envíos de hidrocarburos a EEUU (+47%) y productos pesqueros a China (+20%). Los mayores envíos de estos productos compensaron la caída de las exportaciones de fosfatos (-30%) y productos agrícolas como la uva, el mango y la banana.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), señala que, los principales mercados de los bienes piuranos son: EEUU (26% de participación), Europa (15%) y Asia (12%). EEUU es un mercado más diversificado (fosfatos, pesqueros y agrícolas), Europa destaca por la demanda pesquera y agrícola; mientras que los asiáticos por los productos pesqueros. La principal exportadora de Piura es Petroperú.

5.1.3. Comercio exterior de Piura y las ventajas comparativas

a) Las exportaciones en el 2010-2019.

Minsiterio de CoemrcioExterior y Turismo (2019), señala que, Piura es la 3° región más importante del interior del país (4,4% del PBI) después de Arequipa y La Libertad, siendo una de las que más exporta (cerca de US\$ 2 800 millones en 2018). La región alberga 1,9 millones de habitantes en las ocho provincias que la constituyen, siendo la más poblada del interior. • Piura tiene una economía diversificada.

Es el 1° productor de limón, mango, petróleo, fosfatos, andalucita y pota. Es también el 2° productor de uva luego de Ica. El 54% de las exportaciones de la región corresponde a cinco productos: pota (18%), uva (12%), fosfato de calcio (8,5%), fueloil (7,9%) y mango (7,9%). Tras crecer 28% en 2018, las exportaciones piuranas crecieron 2,5% en el 1° semestre de 2019 gracias a las mayores ventas de bienes tradicionales (+11%) como el diésel 2 (+93%) y el aceite de pescado (+40%), y de bienes no tradicionales como uva (+33%) y fosfatos de calcio (+8%). (Ver tabla 3)

Tabla 3*Indicadores Estratégicos de Piura 2019*

Variables	Unidad	Piura	Perú
Crecimiento promedio 2014-2019			
Población	%	0,8	1,1
PBI real	%	2,2	3,2
Exportaciones	%	1,0	2,4
Participación region/país			
Superficie	%	2,8	100
Población	%	5,9	100
PBI normal	%	4,4	100
Exportaciones	%	5,7	100

Nota de tabla: INEI, BCRP, SUNAT / Elaboración: DDPI-MINCETUR

Las agroexportaciones totalizaron US\$ 344 mill. en el 1º semestre de 2019, cifra 2% menor a 2018, por la reducción de la exportación de mango (-13%), afectada por el fenómeno del añerismo. Las exportaciones de uva crecieron más de 30%.

Piura ha desarrollado una agroindustria importante. Las exportaciones agroindustriales bordean el 20% de la agroexportación agropecuaria. En el 1º semestre de 2019, la exportación ascendió a US\$ 85 millones, creciendo 16% por la mayor venta de congelado (+37%), jugo (+28%) y agroquímico (+9%).

En el mismo periodo, las exportaciones pesqueras (tradicional y no tradicional) bordearon los US\$ 580 millones, creciendo 2% respecto a similar periodo 2018, gracias a la mayor venta de aceite de pescado (+40%) y pota (+4%), principalmente a países de América y Asia respectivamente.

Otros negocios que aumentaron sus exportaciones fueron: oro (+76,6%), cuyas ventas al exterior han crecido sostenidamente en los últimos cuatro años, hidrocarburos (+8,9%), fosfato de calcio (+8,1%), que superó los US\$ 120 millones en el 1º semestre, y alcohol etílico o etanol (+10,4%).

En el 1º semestre de 2019, las exportaciones de las empresas situadas en la Zona Económica Especial de Paita aumentaron 33%, gracias a la mayor exportación de productos tales como mango (+498%), chifles (+297%) y base para bebidas (+40%), que es el principal producto exportado.

Luego de alcanzar US\$ 2 723 millones en 2018, cuarto valor más alto, las exportaciones piuranas continuaron creciendo en el 1º semestre de 2019 (+2,5%), gracias a las mayores ventas de concha de abanico (+640%), Diésel (+93%), oro (+77%), aceite de pescado (+40%), fueloil (+17%), uva (+33%) y pota (+4%).

Las exportaciones no tradicionales, representan en 73% de lo que la Piura exporta, disminuyeron 0,4% en primer semestre de 2019, debido a las menores ventas agrícolas (-2%: banana, mango), la caída del mango fue por el añerismo (alternancia de periodos de bajos rendimientos y altos rendimientos).

Las exportaciones pesqueras, continuaron creciendo en el 1º semestre de 2019 (+2%), luego del récord alcanzando en 2018 (US\$ 918 millones). Este desempeño obedeció a las mayores ventas de aceite de pescado (+40%) hacia Canadá y EEUU- principalmente-, y pota (+4%) hacia China y Corea del Sur.

Destacaron las exportaciones de otros negocios como minería (+19%) por oro y fosfato de calcio hacia Suiza y Brasil respectivamente, hidrocarburos (+9%: diésel, fueloil). La principal exportadora de fosfatos del país, Miski Mayo, opera en Piura, posicionando a la región en la principal exportadora del mineral.

Relación de significación de las ventajas comparativas y el comercio exterior de Piura.

Las ventajas comparativas de la región, por las cifras se han visto reveladas por ser la reegión región que concentra la mayor inversión en infraestructura de riego, la mayor PEA agrícola de los departamentos de costa del Perú y la cuarta a nivel nacional (INEI,

2018); posicionamiento ventajoso en la dinámica económica nacional y/o mundial; tiene la posibilidad de planificar su futuro enfrentando condiciones que implica el inevitable cambio climático en base a un sistema regional de innovación basado en la utilización y control sistemático de sus ventajas comparativas y sus capacidades competitivas que se han forjado en su capital humano, institucional e infraestructura.

La relación positiva entre el comercio exterior con las ventajas comparativas en las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales de Piura, evidenciándose que la región entre el 2010-2020, lideró el sector agropecuario exportándose un valor de 570, 169,454.36 USD seguida de la minería no metálica, con un valor en sus exportaciones de 328, 886,865.72 USD. La región contribuyó significativamente para que el PBI del 2010 que fuera de 8.5% pasara al 2019 a 2.2% y en 2020 recaiga hasta un -11.1 por efectos de la pandemia.

Por otro lado, la relación significativa son que la región Piura se encuentran dos espacios marcadamente diferenciados; por un lado la costa y por el otro la sierra Piurana; la costa ha sido privilegiada por el Estado a través de importantes inversiones en el sector de la agricultura sobre todo, viéndose influenciado por los corredores económicos en la producción de una variedad de

productos no tradicionales destacados para estos mercados han sido las uvas, papa y colas de langostino, los cuales cuentan con excelentes precios para su comercialización; los corredores económicos en la producción de estos productos no tradicionales han beneficiado sus exportaciones a nuevos mercados.

b) Las exportaciones no tradicionales en el Perú y Piura

Exportaciones No tradicionales en el Perú.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2019), señala que, las exportaciones no tradicionales marcaron un nuevo hito histórico en el 2019 al sumar 13,791 millones de dólares, lo que implica un incremento de 4.1% en relación con lo registrado el 2018.

Este monto representa el 30% del total de los envíos del Perú al exterior, pese a la difícil coyuntura internacional, los envíos al exterior de productos con mayor valor agregado continuaron creciendo, gracias a un trabajo articulado entre el sector empresarial y el Estado para promover la internacionalización de las empresas peruanas y el ingreso de nuestra oferta exportable a nuevos mercados.

Detalló que un total de 7,678 empresas exportaron 4,643 productos no tradicionales a 177 mercados; Estados Unidos fue la principal plaza con una participación de 28% (3,919 millones de dólares).

Le siguieron Países Bajos (1,165 millones de dólares), Chile (795 millones), Ecuador (714 millones) y España (681 millones).

Sector agropecuario.

Las exportaciones de productos agropecuarios no tradicionales sumaron 6,292 millones de dólares (7.3%), que representa un monto histórico.

Los principales mercados de exportación fueron Estados Unidos, Países Bajos, España, Reino Unido y Ecuador, que concentraron el 68% de los envíos. Destacan los envíos de frutas como las uvas, arándanos, paltas, mandarinas, entre otras. Las ventas al exterior del sector pesquero no tradicional alcanzaron los 1,613 millones de dólares, lo que significó también un récord.

Registraron, además, el mayor crecimiento (17.5%) a nivel de los sectores no tradicionales.

Mercados

Los principales mercados para los productos pesqueros fueron China, España, Corea del Sur y Japón, lo que muestra la relevancia de Asia para este sector.

Destacan los envíos de pota, langostinos, filetes de pescado y conchas de abanico. En el caso de los denominados superfoods, estos sumaron ventas por 4,712.5 millones de dólares (8.5%).

Por su parte, las exportaciones del sector textil-confecciones ascendieron a 1,354 millones de dólares (-3.5%), y los destinos clave fueron Estados Unidos (52%), Chile (6%), Brasil (5%), Colombia (4%) y Ecuador (4%).

Los principales productos exportados fueron t-shirt y camisas de algodón. Como parte del sector manufacturas, la línea de químicos llegó a 1,599 millones de dólares (2.3%).

Los mercados de mayor demanda fueron Chile, con 260 millones y un crecimiento de 24.2%; seguido de Bolivia (179 millones), Ecuador (175 millones), Colombia (157 millones) y Estados Unidos (134 millones).

Siderometalúrgica

En la línea siderometalúrgica, las exportaciones sumaron 1,192 millones de dólares. Los destinos más importantes fueron Estados Unidos (178 millones), Colombia (176 millones), Canadá (163 millones) y Bolivia (162 millones). Los envíos de maderas y papeles registraron un valor de 321 millones de dólares. Los principales destinos fueron Chile (52 millones), China (51 millones), Bolivia (48 millones), Ecuador (30 millones) y Colombia (27 millones).

En el 2019, los productos metalmecánicos alcanzaron los 566 millones de dólares, con la mayor demanda proveniente de los Estados Unidos (132 millones), Chile (99 millones), Bolivia (47 millones), Ecuador (45 millones) y Colombia (30 millones).

Las ventas al exterior de productos de minería no metálica llegaron a 604 millones de dólares. Estados Unidos (117 millones), Brasil (104 millones), Chile (69 millones), Colombia (45 millones) y Ecuador (40 millones) fueron los principales destinos.

Comercio total

Las exportaciones totales (de bienes tradicionales y no tradicionales) ascendieron a 45,978 millones de dólares en el 2019, que representa una caída de 4.2% frente al 2018, en un contexto

internacional afectado por tensiones comerciales entre las principales economías mundiales, China y Estados Unidos.

China se mantuvo como el principal mercado de destino, con más de 13,500 millones de dólares (29%), seguido por Estados Unidos (12%), Canadá (5%), Suiza y Corea del Sur.

Un total de 8,201 empresas exportaron 4,742 productos a 179 mercados durante el 2019.

De acuerdo con las proyecciones de Promperú, con base en las estadísticas del Banco Central de Reserva (BCR), a agosto del 2019, las exportaciones de servicios llegarían a los 8,000 millones de dólares en el 2019.

Por otro lado, el ministro Vásquez destacó que la expansión de las exportaciones no tradicionales en el 2019 (4.1%) se efectúa de manera descentralizada, toda vez que siete regiones del país alcanzaron crecimientos récords el año pasado. Las regiones que registraron un destacable desempeño fueron Piura, Ica, La Libertad, Lambayeque, Áncash, Ayacucho y Pasco. Sin contar Lima y Callao, las regiones registraron envíos no tradicionales por 7,463 millones de dólares, lo cual significó una expansión de 11.6% con respecto al 2018.

Estos incrementos significativos en las regiones favorecen la disminución de las brechas en el sector. Este crecimiento permite seguir trabajando para que cada vez más inversiones apunten hacia nuestros Andes y Amazonía, de tal manera que se repita el éxito de exportación no tradicional en la costa en los últimos años”.

Asimismo, que productos peruanos con valor agregado, como cemento clinker portland, máquinas perforadoras, suturas quirúrgicas, mandarinas o baldosas de cerámicas se están posicionado en la región y en el mundo. En el 2018 éramos los sextos exportadores mundiales de mandarina y el año pasados fuimos segundos. Hay una cantidad importante de productos que pueden ayudar a mostrarnos como líderes a escala global.

Acuerdos comerciales.

En otro momento, el titular de Mincetur anotó que tenemos 20 acuerdos comerciales vigentes que nos conectan con 54 países del mundo.

Estos 54 países representan el 80% del producto bruto interno mundial, es decir, tenemos abiertas las puertas de casi todo el mundo. Estos 54 países también albergan el 41% de la población mundial y en el caso del Perú representan el 89% de nuestras exportaciones”.

En esa línea, reveló que el Ejecutivo está a la espera de la instalación del nuevo Congreso de la República para que se debata la aprobación del tratado de libre comercio con el Reino Unido.

Líder en arándanos.

El Perú es ahora el primer exportador mundial de arándanos, espárragos y quinua debido a la política de diversificación de los mercados de destino.

También que ahora somos los segundos exportadores en el mundo de mandarinas, conchas de abanico y otros. Se registra un récord en la producción de los sectores agroindustria y pesca no tradicional con los envíos de 732 productos nacionales.

Entre los principales productos no tradicionales que alcanzaron récord de exportación en el 2019 destacan la uva (8%), los arándanos (51%), la palta (4%), la papa cruda congelada (65%), los mangos frescos (1.5%), la papa precocida congelada (5.5%), la plata aleada (200%), la mandarina (128%), el alcohol etílico (80%) y los langostinos (54%).

Estos 10 productos representan el 30% del total exportado en productos con valor agregado, que de todas maneras pasan a formar parte del orgullo nacional”, recalcó.

Los productos de Exportación no tradicionales de Piura.

Barrios (2019), señala que, Piura es la principal zona exportadora de productos no tradicionales del país; Ingresos económicos. Región norteña exporta 1,500 millones de dólares al año.

El Viceministerio de Comercio Exterior, señala que Piura es la principal región exportadora del país, después de Lima, en productos no tradicionales que generan valor agregado.

Refiere que se exporta 1,500 millones de dólares anuales; además en el primer semestre del 2017 las exportaciones de la región crecieron por encima del 8%, gracias a la comercialización en el mercado externo de uvas, papa y colas de langostino, considerados productos estrellas.

La producción se envía principalmente a Estados Unidos, a los países de la Unión Europea y del Reino Unido. La oferta de uvas, banano orgánico, langostino y otros es considerada por los clientes por sus atractivos precios.

El viceministro de Comercio Exterior, destacó que la región Piura cuenta con un gran potencial para diversificar más sus productos exportables.

El Fenómeno de El Niño Costero no ha afectado a las exportaciones agropecuarias en Piura y el norte. “Las grandes exportadoras no han sufrido ningún impacto y las estadísticas permiten darle tranquilidad a este sector.

Informó que en lo que va del año, las exportaciones peruanas vienen creciendo en más del 25%, incluyendo a las no tradicionales que se han elevado en un 10%. “Hay un dinamismo interesante y una significativa recuperación”.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat, 2019), señala que, la región Piura lideró las exportaciones no tradicionales peruanas a la Unión Europea (UE) en 2020, al alcanzar envíos por US\$ 713 millones.

De esa manera, la referida región se ubicó a la cabeza de los cinco departamentos con mayores exportaciones no tradicionales a la UE el año pasado. Por detrás de Piura se ubicaron Lima (US\$ 709 millones), La Libertad (US\$ 543 millones), Ica (US\$ 404 millones) y Lambayeque (US\$ 274 millones). Estos resultados se dan a puertas de cumplirse ocho años del TLC con la Unión Europea, que establece entre sus acuerdos incrementar y diversificar las exportaciones peruanas.

Por ello, eliminó distorsiones como aranceles, cuotas de importación, subsidios y barreras arancelarias.

ComexPerú (2021), señala que, los efectos del TLC han sido positivos y se reflejan en que un 40.5% de las exportaciones corresponden al sector tradicional, mientras que el sector no tradicional cuenta con una participación del 59.5%. Este escenario no solo es más equitativo que el presentado en otros destinos de exportación, sino que también ayuda a fortalecer y diversificar los envíos no tradicionales.

Piura y Lima fueron los departamentos que tuvieron mejor desempeño el año pasado en las exportaciones no tradicionales a la UE, La Libertad y Lambayeque son los que reflejan el mayor impacto desde la vigencia del TLC con esa zona.

En comparación con 2013, La Libertad ha tenido un crecimiento acumulado del 145.4% y Lambayeque, del 294.8%. Además, a pesar de las complicaciones de 2020, por la pandemia COVID-19, los envíos de La Libertad crecieron un 13.3% respecto de 2019 y los de Lambayeque se incrementaron un 21.1%.

ComexPerú (2021), señala que, el TLC con la Unión Europea ha permitido que el Perú consolide sus exportaciones en este bloque económico de manera equitativa entre las exportaciones del rubro tradicional y las del no tradicional. Además, ha permitido que el efecto de los shocks externos, como la pandemia, sea mitigado por la amplia participación de las exportaciones no tradicionales.

Exportaciones no tradicionales a la UE.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), señala que, en total, las exportaciones no tradicionales a la Unión Europea llegaron a US\$ 3,163 millones el año pasado, un descenso de solo 2.1% respecto al 2019.

En ese sentido, a pesar de la pandemia y sus efectos, el sector agropecuario logró crecer un 8.6% con relación al año anterior, pues sumó un valor exportado de US\$ 2,276 millones, lo que representó un 42.8% del total de nuestras ventas a la UE, y el 71.9% de las del rubro no tradicional.

En el ranking de los 10 principales productos de exportación a la UE, se tiene que cuatro corresponden a las agroexportaciones no tradicionales: las paltas, los arándanos, las uvas y los mangos.

En el caso de las paltas, estas alcanzaron un valor exportado de US\$ 456 millones, con un crecimiento del 5.2%.

Por su parte, los envíos de arándanos sumaron US\$ 336 millones, un 33.4% más que en 2019. Las uvas registraron envíos por US\$ 240 millones (+23.5%) y los mangos por US\$ 150 millones (-0.6%). Otro de los productos más resaltantes ha sido el jengibre, cuyo valor exportado alcanzó los US\$ 51 millones, con un crecimiento del 179%.

5.1.4. Principales mercados de destino en Sudamérica.

Instituto Peruano de Economía (IPE, 2019), señala que, el principal destino de las exportaciones piuranas son EEUU, seguido de los Países Bajos (10%) y China (8%). Asimismo, en dicho periodo, Corea del Sur y España destacan como los destinos de mayor crecimiento con 70% y 50%, respectivamente.

Debido al gran potencial exportador de la región, es importante abrirse paso hacia nuevos mercados a nivel mundial. En este sentido, se presenta como una oportunidad el Tratado Integral y Progresista para la Asociación Transpacífico (CPTPP, por sus siglas en inglés), acuerdo multilateral de libre comercio que comprende a once países de la región Asia-Pacífico.

5.2. Resultados inferenciales

5.2.1. Exportaciones no tradicionales

En el primer semestre de este año, las exportaciones de Piura alcanzaron los 1,400.1 millones de dólares, equivalente a un aumento de 2,5 % en comparación al mismo periodo del 2018, informó la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (Perucámaras).

Los envíos de productos no tradicionales, que sumaron 1,020.3 millones de dólares y fueron responsables del 72,9% del total despachado por esta región, se redujeron en 0,4%.

Las exportaciones pesqueras representaron el 49,5% (504.6 millones de dólares) y crecieron 2,7%. Los principales productos exportados fueron jibias, globitos, calamares y potas congelados (223.2 millones de dólares), que aumentaron 23,5%; así como jibias y calamares preparados o en conserva (135.9 millones de dólares), que cayeron 16.4%.

En tanto los despachos agropecuarios, que representaron el 33,5% (341.3 millones de dólares), se redujeron 1,6%.

Por su parte, los envíos del sector tradicional, que concentraron el 27,1 % del total exportado, aumentaron 11,2% al sumar 379.8 millones de dólares.

Las exportaciones de petróleo y gas natural, que significaron el 68,5 % (260.3 millones de dólares), crecieron 8,9 %, como resultado del incremento de los envíos de residual 6 (16,8%), principal producto de exportación que alcanzó los 122,7 millones de dólares.

Los despachos del sector pesquero tradicional, que tuvieron una participación de 19,4% (73.5 millones de dólares), registraron un incremento de 0,4%.

En tanto, a nivel general los envíos agropecuarios de la Macrorregión Norte se incrementaron 11 % en el primer semestre del año, al sumar 1,099.8 millones de dólares, informó hoy la Cámara Nacional de Comercio, Producción, Turismo y Servicios (Peru.cámaras).

Asimismo, subrayó que este sector fue el segundo con mayor participación dentro de la estructura exportadora de esta zona del país.

Los principales productos exportados fueron las paltas que ascendieron a 243 millones de dólares (con un crecimiento de 23,8%) y mangos por 142.9 millones de dólares (-10,8%). Les siguen las preparaciones para alimento de animales, 94.8 millones de dólares (-3,1%); plátanos, 83.8 millones de dólares (-6,8%); y arándanos rojos, 76.2 millones de dólares (58,7%).

5.2.2. Exportaciones y las ventajas comparativas de Piura 2019

Torrez (2014), señala que en el caso de Piura, lo comentado arriba adquiere un carácter especial, por tratarse del segundo departamento más poblado, después de Lima; la región que concentra la mayor inversión en infraestructura de riego, la mayor PEA agrícola de los departamentos de costa del Perú y la cuarta a nivel nacional (INEI, 2014).

Características que la hacen referente para examinar procesos de orden nacional y escenario de experiencias regionales para planificar las posibles respuestas de adaptación al deterioro de las actuales ventajas comparativas y la inadecuación capacidades competitivas asociadas a ellas.

Las posibilidades del país y de sus regiones por adquirir un posicionamiento ventajoso en la dinámica económica nacional y/o mundial dependen de las ventajas comparativas o entorno natural

heredado, y de las ventajas competitivas, como capacidades y competencias de sus sociedades para añadir valor a los productos que pueden crear.

La región Piura tiene la posibilidad de planificar su futuro enfrentando las nuevas condiciones que implica el inevitable cambio climático en base a un sistema regional de innovación basado en la utilización y control sistemático de sus ventajas comparativas y sus capacidades competitivas que se han forjado en su capital humano, institucional e infraestructura.

Las ventajas naturales que son aprovechadas por las sociedades agrícolas son notablemente distintas en la Costa frente a las de la Sierra.

La primera, siendo un ecosistema semiárido, sostiene a una agricultura intensiva vinculada a las dinámicas economías externas e internas a través de cultivos de demanda intensiva, que solo es posible por la disponibilidad a voluntad de agua proveniente del ecosistema andino, donde aunque las precipitaciones regulares anuales garantizan agua para la agricultura durante cuatro meses al año, por su accidentado relieve solo permite la agricultura en pequeñas superficies.

Por un lado, la agricultura costeña controla el agua disponible proveniente de la Sierra mediante sistemas tecnológicos de regulación de agua con reservorios y vías de distribución. La agricultura serrana controla el agua de precipitaciones mediante el uso de diferentes pisos ecológicos en los que la distribución de las lluvias es diferenciada, con diferentes cultivos que tienen diferentes demandas hídricas. En ambos casos, el riesgo es controlado y en ambos casos las respuestas tecnológicas demandan del uso intensivo de la coordinación social.

Los dos agroecosistemas de Piura cuentan con una dotación de especies cultivadas nativas e introducidas adecuadamente adaptadas a las condiciones de Costa y Sierra. La gran mayoría de las especies cultivadas en la Costa son variedades de especies introducidas de otros países, que en estas condiciones ambientales los productos de su metabolismo adquieren propiedades mejor apreciadas por los demandantes de los mismos cultivos cuando se producen en otros países o inclusive en su país de origen como en los casos del mango, limón, banano, como consecuencia de los factores climáticos específicos anteriormente mencionados y a los que tecnológicamente se les ha adaptado mejor bajo la condición de contar con riego regulado.

Estos cultivos introducidos en Costa, también son resultado de procesos de ensayo-error de los agricultores en la selección de variedades que mejor se han adaptado pero que muestran la vulnerabilidad de tener una base genética reducida para adaptarse a los cambios del clima.

Ventaja comparativa de los ecosistemas de la Sierra
Especies vegetales nativas con gran potencial de uso en la región
Referirse a la Sierra de Piura, es referirse a una región de montañas tropicales de baja altitud donde se inician los Andes siempre verdes, que van desde el norte del Perú y sur de Ecuador hasta Venezuela.

Córdova (1990) hace una descripción de conjunto según la cual el Dpto. de Piura ubicado en su mayor parte al norte de los 6° L.S., por su cercanía al Ecuador, recibe la influencia de la Corriente EL NIÑO que reemplaza a la Corriente Peruana, y hace que la evaporación marina sea aquí mayor que en resto de la Costa peruana.

Además, la menor altura de los Andes permite el paso de vientos del Sur-Este que al haber cruzado la Amazonia llegan cargados de humedad. Estos dos factores principales hacen de la Sierra Central de Piura, un lugar diferente al resto del país en

altitudes similares. Los Andes de la Sierra de Piura, forman una especie de herraje con dos cordilleras terminales en dirección Sureste – Noroeste.

Torrez (2014), señala que, la Cordillera de Huamani, la Cordillera de Huancabamba y la de Ayavaca, forman un gran anfiteatro modelado por el Quiroz, que a la vez da lugar a condiciones climáticas un poco diferentes al resto. En efecto, los vientos cargados de humedad del Pacífico chocan con la pared occidental de Los Altos (Meseta Andina) y al enfriarse producen fuertes lluvias en este sector.

Así mismo, los vientos del S.E. traen la humedad de la Amazonia y chocan con los Andes de la Cordillera de Huancabamba, originando fuertes lluvias. Parte de la humedad del Pacífico logra cruzar Los Altos por el abra de Tingos hasta encontrarse con la pared occidental de las Huarinjas. Razón por la cual, este lado es más húmedo que el Oriental de Los Altos. Normalmente, los vientos que cruzan la Cordillera de Huancabamba con dirección Noroeste se encuentran con una corriente de aire caliente que asciende del fondo del valle Quiroz, la cual va a chocar con los Altos de Ayavaca.

Principales ventajas comparativas de Piura.

David Ricardo, a comienzos del siglo XIX (1817), planteó que el comercio entre naciones beneficia a sus pobladores y mediante la teoría de los costos comparativos, con la técnica y capacidades disponibles, los productos obtenidos de la especialización y del libre intercambio de bienes, se maximizará si cada país o región se especializa en la producción de aquellos bienes o servicios en los que su costo sea menor en términos absolutos y relativos. Se ha supuesto que el libre comercio entre naciones expande la frontera de posibilidades de la producción (FPP) y con ello se maximizan los beneficios de consumidores y productores.

Norton (2004), señalaba que, debería haber una coincidencia entre el patrón de cultivos de un país y sus ventajas comparativas; una idea que amerita ser explorada a mayor profundidad debido a que esta decisión implica una orientación de la política en la que el uso del potencial productivo se alinea al mejor uso, la plantea Norton al advertir a los gobiernos que no deben caer “en la tentación que aflora en algunas estrategias de tratar de decidir centralizadamente los cultivos a realizarse en cada tipo de suelos. Los agricultores están mejor posicionados que el gobierno para hacer esta elección” (2004: 549).

Desde esta perspectiva ese mejor uso, debe ser sustentable con sistemas de manejo integrado de recursos. Para medir las ventajas comparativas y la competitividad bajo distintos escenarios de política hay algunos métodos. La FAO señala la utilidad de la Matriz de Análisis de Política (MAP)³. La MAP parte de la idea de “que si los mercados funcionan en condiciones de competencia perfecta, entonces el equilibrio tendrá como consecuencia una asignación de recursos óptima. Lo que logrará maximizar tanto la producción como la satisfacción total de los consumidores o utilidad” (1995:195). Esta maximización de la eficiencia o concepto de optimalidad de Pareto, conlleva el planteamiento de que habría precios de eficiencia o precios de equilibrio.

La ventajas comparativas se fundamenta en estas teorías, ya que maximiza el rendimiento y producción de productos agrícolas no tradicionales hacia el exterior; esta región se caracteriza por contar con ventajas respecto a otros países en cuanto a su clima húmedo y seco en la mayor parte del distrito de Pacaipamapa. Las condiciones climáticas ayudadas por la topografía han dado lugar a una vegetación variada. Los ecosistemas desarrollados en estos ambientes, van desde un bosque seco y espinoso subtropical siempre verde al de un páramo, pasando por un bosque siempre verde y húmedo, y que pueden identificarse en función de cuatro pisos ecológicos.

Piura está en una ubicación estratégica y variedad de pisos ecológicos y climáticos, cuenta con ventajas de su topografía y suelos, respecto a otras regiones, para desarrollar productos agroexportables no tradicionales; otro factor determinante en la región y que relaciona mucho en los últimos 10 años; excepto el 2020 por efectos de la pandemia; la región invirtió en infraestructura, producto de ello es que 7,678 empresas Piuranas exportaron 4,643 productos no tradicionales a 177 mercados; Estados Unidos fue la principal plaza con una participación de 28% (3,919 millones de dólares).

5.3. Resultados estadísticos

5.3.1. Indicadores de las actividades económicas

Banco Central de Reserva (BCR, 2019), señala que, en enero 2019, la producción industrial creció 30,6 por ciento interanual, principalmente por la mayor producción de derivados pesqueros (135,1 por ciento) y cemento (16,7 por ciento).

En enero 2019, las exportaciones de Piura sumaron US\$ 261,3 millones, inferiores en 5,5 por ciento interanual, principalmente por las menores ventas de productos tradicionales (-31,3 por ciento), las cuales fueron parcialmente compensadas por las no tradicionales (5,8 %).

En enero 2019, los despachos de cemento crecieron 28,3 por ciento interanual. (Ver tabla 4)

Tabla 4

Otros Indicadores de la Actividad Económica

	Abr.18	May.18	Jun.18	Jul.18	Ago.18	Set.18	Oct.18	Nov.18	Dic.18	Ene.19
Producción industrial 1/	↑ 12,6	↑ 36,8	↑ 5,4	↓ -2,5	↓ -2,5	↓ -6,4	↑ 13,1	↑ 12,1	↓ -14,4	↑ 30,6
Despachos de cemento 1/	↑ 66,7	↑ 17,5	↑ 13,6	↑ 19,6	↑ 2,9	↑ 12,6	↑ 35,8	↑ 35,9	↑ 27,5	↑ 28,3
Exportaciones 2/	↑ 59,3	↑ 54,9	↑ 41,0	↑ 40,6	↑ 29,7	↑ 16,2	↑ 29,0	↑ 21,9	↑ 15,7	↓ -5,5
Crédito total 2/	↑ 6,9	↑ 7,0	↑ 6,8	↑ 5,9	↑ 5,6	↑ 3,9	↑ 4,7	↑ 4,7	↑ 3,6	n.d.
Inversión pública 1/	↑ 80,0	↑ 122,8	↑ 86,3	↑ 40,3	↑ 20,5	↑ 13,2	↑ 67,4	↑ 83,4	↑ 41,4	↓ -14,3

Nota de tabla: BCRP (2019): 1/ En términos reales; 2/ En términos nominales; 3/ En empresas de 10 a más trabajadores; situadas en la ciudad de Piura.

5.3.2. Actividades productivas 2010-2019

a) Sector Agropecuario.

En el periodo 2010-2019, el sector agropecuario registró un crecimiento promedio anual de 4,4 %. En el año 2019, el sector creció 4,9 %, principalmente por la mayor producción de mango (62,4 %), plátano (20,8 %), y limón (23,4 %), que compensaron el retroceso en arroz cáscara (-22,6 %).

Además, el IV Censo Nacional Agropecuario 2012, señala que existen 1 895,9 miles hectáreas para la actividad agropecuaria en la región, de las cuales 386,8 mil presentan superficie agrícola (20,4 %), 1 209,6 mil se usan para pastos

naturales, 247,7 mil para montes y bosques, y 51,9 mil de hectáreas en otros usos.

Si bien predomina la agricultura minifundista (2,8 hectáreas en promedio de tierra destinada a la agricultura frente a 3,2 hectáreas promedio a nivel nacional), el 67,8 % de la superficie agrícola de la región se encuentra bajo riego. El predominio de la agricultura minifundista en la región no permite aprovechar las ventajas de las economías de escala para minimizar costos, limita la inversión en tecnologías, y difícilmente logra tratos comerciales eficientes. (Ver tabla 5)

Tabla 5

Número de Unidades Agropecuarias con Superficie Agrícola Según

Tamaño

	Superficie promedio ^{1/}	Menores a 5 Has.	De 5 a 9,9 Has.	De 10 a 19,9 Has.	De 20 a 49,9 Has.	De 50 a 99,9 Has.	De 100 a más Has.	TOTAL
Perú								
Unidades (Miles)		1 754,4	218,6	118,3	75,4	23,4	23,5	2 213,5
Porcentaje (%)		79,3	9,9	5,3	3,4	1,1	1,1	100,0
Superficie (Miles Has.)	3,2	1 805,0	956,6	805,8	766,7	366,7	2 424,3	7 125,0
Piura								
	Superficie promedio	De 3 a 4,9 Has.	De 5 a 9,9 Has.	De 10 a 19,9 Has.	De 20 a 49,9 Has.	De 50 a 99,9 Has.	De 100 a más Has.	TOTAL
Unidades (Miles)		126,5	8,9	3,0	1,1	0,2	0,3	140,0
Porcentaje (%)		90,4	6,3	2,1	0,8	0,2	0,2	100,0
Superficie (Miles Has.)	2,8	143,6	48,7	28,0	16,7	7,6	142,1	386,8

^{1/} Hectáreas por unidad agropecuaria con superficie agrícola
Fuente: MINAGRI, IV Censo Nacional Agropecuario 2012

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019), señala que, la actividad agrícola se ha desarrollado históricamente en base a cultivos como arroz cáscara, mango,

maíz amarillo duro, maíz amiláceo, limón sutil, plátano, trigo, café y frijol castilla. En los últimos años, cultivos como la uva y palta, han adquirido importancia aumentando su escala de producción.

Arroz.

El arroz se ubica como el cultivo más importante de la cartera de productos de la región, representando el 23,2 p% de la producción agrícola en 2019. Además, Piura se constituye el segundo productor nacional de arroz, con una participación promedio de 15,7 % en la producción nacional, durante el periodo 2010-2019, superada por San Martín (21,6 %). En el año 2019 la producción de arroz en la región se redujo en 22,6 % respecto al 2018.

Uva.

La uva se ubica como el segundo cultivo más importante de la cartera de productos de Piura, representando el 12,0 % del sector agropecuario en 2019. Además, Piura se constituye el segundo productor nacional de uva, con una participación de 28,7 % en el total nacional para 2010-2019, superada por Ica (38,7 %).

Durante la campaña 2018-2019, las exportaciones de uva sumaron 143,2 mil toneladas, superior a las 75,5 mil toneladas de la campaña previa, éstas últimas afectadas por el Fenómeno El Niño Costero del año 2017, que propició problemas fitosanitarios en 2017.

En los últimos diez años Piura ha experimentado un crecimiento en la producción de uvas al igual que sus exportaciones. Los principales destinos de estas exportaciones en los últimos cinco años fueron Estados Unidos (32,2 %), Países Bajos (17,6 %), Reino Unido (9,4 %) y China (4,8 %).

Mango.

El mango se ubica como el tercer cultivo más importante de la región con el 11,5 % de la producción agrícola en 2019. Además, Piura se constituye el primer productor nacional de mango, con una participación promedio de 74,2 % en la producción nacional, durante el periodo 2010-2019, seguida por Lambayeque (12,7 %).

La principal variedad de mango que se produce en la región es *Kent* con más del 90 % del total; y la principal zona productora es el valle de San Lorenzo (82 % del total de áreas). El volumen exportado de la campaña agosto 2018-julio 2019 fue

menor en 13,1 % respecto a la campaña previa. Sin embargo, la producción del año 2019 se incrementó en 61,4 % respecto al año anterior.

Plátano.

El plátano se ubica como el cuarto cultivo más importante de la región, representando el 9,8 % de la producción agrícola. Además, Piura se constituye el según productor nacional de plátano, con una participación promedio de 13,2 % en la producción nacional, durante el periodo 2010-2019.

En la región existen asociaciones de productores que exportan banano orgánico, tales como APPBOSA, APOQ, AVACH, BOS Y APBOSMAN, las cuales se ubican en Marcavelica, Querecotillo y Salitral, y que en conjunto concentran el 34,0 % de las exportaciones de banano orgánico de Piura. En 2019, la producción de plátano aumentó en 20,8 % respecto al año anterior.

Limón.

El limón sutil se ubica como el quinto cultivo más importante de la cartera de productos de la región, representando el 5,9 % de la producción agrícola. Al igual que en el caso del mango, Piura se constituye como el primer

productor nacional de este cítrico, con una participación promedio de 57,5 % en la producción nacional, durante el periodo 2010-2019, seguida por Lambayeque (18,1 %) y Tumbes (9,0 %).

La región Piura es uno de los departamentos que cuenta con condiciones favorables de clima y suelo para su cultivo. Siendo las principales zonas de producción en la región: el Valle de San Lorenzo, Sullana y Chulucanas. El limón es un cultivo permanente con una vida vegetativa de 15 años aproximadamente, en los meses en el cual se acumula una mayor cantidad de producción es entre enero y junio.

La producción principalmente está destinado al consumo interno. Respecto al consumo externo los principales destinos de exportación del limón fresco y sus derivados (aceites, cortezas, y jugos) en los últimos cinco años fueron: Chile (17,8 %), Alemania (17,4 %), Reino Unido (16,9 %) y Estados Unidos (12,1 %).

b) Sector pesca.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2019), señala que, Piura es una de las principales zonas pesqueras del país, con una participación del 25,0 % en la

producción pesquera nacional durante el periodo 2010-2019; asimismo, es el departamento con mayor presencia de pescadores artesanales, cuyo número asciende a 13 248 (30,0 % del total nacional).

La confluencia de las aguas cálidas procedentes del norte (corriente de El Niño) y de las aguas frías procedentes del sur (corriente de Humboldt) permiten una alta generación de *plancton* (inicio de la cadena alimenticia) y, por tanto, favorecen una gran biodiversidad en esta parte del mar peruano. La industria pesquera reposa en la extracción de diversas especies, pero especialmente de pota, lo cual le ha permitido a esta región ostentar el liderazgo nacional en la producción de pescado congelado, con una importancia relativa a nivel nacional de 67,1 % en el periodo 2010-2019.

c) Sector minería y Petróleo.

Los fosfatos naturales se constituyen como el quinto producto más importante en la cartera exportable de Piura, alcanzando envíos del orden de US\$ 242 millones en 2019, siendo la principal exportadora la Compañía minera Miski Mayo. Durante los últimos cinco años los principales destinos de exportación fueron: Estados Unidos (45,7 %), Brasil (26,0 %), India (12,8 %), Argentina (6,8 %), entre otros.

Adicionalmente, Piura se encuentra vinculada a los hidrocarburos desde inicios del siglo XX, cuyos yacimientos ocupan lotes en tierra y en el zócalo continental. En 2019, la producción de gas natural fue de 19 mil millones de pies cúbicos, presentando un aumento de 13,1 % respecto a 2018. Por su parte, la producción de petróleo fue de 12 millones de barriles, reflejando un aumento (3,8 %) respecto al año previo.

d) Sector Manufactura.

En 2019, Piura fue la sexta región con mayor producción industrial en el país (4,1 p% del total nacional). El primer lugar lo ocupa Lima, con una participación de 60,9 % en la actividad manufacturera nacional, seguida de Moquegua (5,4 %), La Libertad (5,1 %), Arequipa (4,8 %) e Ica (4,7 %).

En 2010-2019, el crecimiento promedio anual de la producción industrial en la región fue 2,9 %, ligeramente superior al nacional (2,7 %). La actividad manufacturera es el segundo sector más importante en la región, con una participación de 15,2 %, durante la última década, en la estructura productiva de Piura. Las ramas industriales predominantes son las de derivados de petróleo, derivados pesqueros y arroz pilado.

Uno de los proyectos en curso más significativos en la región es el de Modernización de la Refinería de Talara, con una inversión aproximada de US\$ 5,3 mil millones y una capacidad de proceso de 95 mil barriles por día; registra un avance físico de 91,6 % hasta octubre de 2020.

Asimismo, en 2015, se concluyó la construcción de la planta de cemento de la empresa Cementos Pacasmayo (US\$ 365 millones), considerada como la fábrica de cemento más moderna y eco amigable de Latinoamérica, cuenta con una capacidad de producción de 1,6 millones de toneladas de cemento y un millón de toneladas de *clínker*.

De acuerdo a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) y al Ministerio de la Producción (PRODUCE), en la región existen 6,2 mil empresas formales manufactureras (6,1 % del total de empresas formales en la región). Las empresas se dedican mayormente a la elaboración de alimentos y bebidas, fabricación de productos elaborados de metal, actividades de edición e impresión, y fabricación de muebles. En dichas actividades se concentra el 74,9 % del total de empresas manufactureras en la región.

5.3.3. Indicadores macroeconómicos

R&C Consulting (2020), señala que, los indicadores macroeconómicos representan importantes herramientas para la toma de decisiones ya que permiten realizar diferentes análisis de la realidad económica y social del país además de darnos la posibilidad de hacer diferentes ajustes para mejorar nuestro entorno y permitirnos cumplir nuestras metas y objetivos. Piura tiene los siguientes: (Ver tabla 6)

Tabla 6

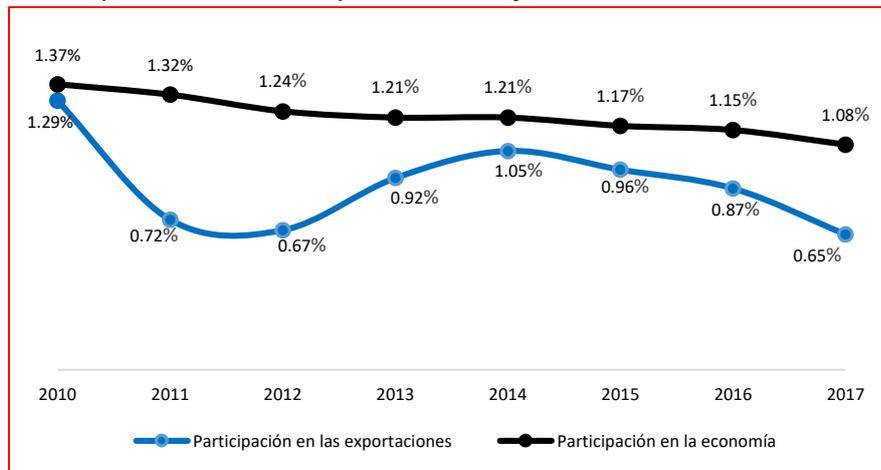
Indicadores Macroeconómico de Piura 2019

Variables	Unidad	Piura	Perú
Superficie	Mil km ²	35.8	1 285
Población	Millones Hab.	1.85	31
Densidad Poblacional	Hab./km ²	118.2	25
PBI Nominal	Millones US\$	26 595	195 573
PBI per Cápita	US\$	9 474	6 193
Exportaciones	Millones US\$	1.400	36 312
Tasa de Pobreza	%	24.2	20,7
Tasa de Pobreza Extrema	%	2.5	3,8
Índice de Desarrollo Humano*	Puesto	9*/24*	87*/188*
<u>Tasas de Crecimiento</u>			
Población	Cinco Años	0.8%	1,1%
PBI real	Cinco Años	3,7%	4,3%
Exportaciones	Cinco Años	-1.3%	-4,8%
<u>Participación Región/País</u>			
Superficie	%	3%	100%
Población	%	5.7%	100%
PBI Nominal	%	13%	100%
Exportaciones	%	3.8%	100%

Nota de tabla: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019)

Figura 2

Participación en las Exportaciones y en la Economía



Cifras estimadas por la DDPI-Mincetur. Nota de tabla: UNAT-INEI PNDU (2017)

5.3.4. Las exportaciones de la Región Piura 2010 -2019

a) Exportaciones generales 2019.

Minsiterio de Comercio Exterior y Turismo (2019), señala que 11 regiones cerraron al alza sus exportaciones: Loreto (+71%), Lambayeque (+27%), Moquegua (+20%), Huánuco (+18%), San Martín (+18%), Ica (+17%), Piura (+10%), Ucayali (+10%), Ayacucho (+6%), Pasco (+5%) y Cajamarca (+3%). Pese a ello, la exportación de las regiones del interior bajó 3,6%.

Minsiterio de Comercio Exterior y Turismo (2019), señala que, en 2019 la exportación de Piura aumentó 10% por las mayores ventas de químicos (+35%: etanol), hidrobiológicos (+29%: concha de abanico aceite de pescado, pota, langostino) y agrícolas (+3%: uva, palta), que compensaron la menor venta de hidrocarburos (-13%: crudo de petróleo y su nafta).

El tiempo (2020), señala este diario de circulación regional que, las exportaciones piuranas iniciarán su recuperación a fines agosto, por consiguiente su estabilización será con la campaña de uva, la cual se inicia próximamente en octubre. Así lo estimado Jorge García Fería del Área de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio y Producción de Piura (Camco).

La recuperación será de forma paulatina a medida que crezca la demanda en los mercados internacionales; julio ya presentará cifras importantes, esperemos que para octubre con la campaña de uva los envíos locales sean positivos y marquen un buen desempeño.

Agregó que las exportaciones han caído hasta un 40% en los meses de la emergencia y confinamiento social, entre marzo y junio, afectando las remesas.

Según datos del Banco Central de Reserva (BCR), las exportaciones entre abril y junio del 2019 alcanzaron los 629 millones de dólares. García Feria estima que en el mismo periodo del presente año los envíos habrían totalizado apenas los US\$251 millones.

Agrega que ya empezaron a aumentar los despachos de pota (calamar gigante), palta, pimiendo piquillo, entre otros. *“Es posible que en las próximas semanas tengamos un mayor número de envíos de productos locales”*, recalcó.

En bajas.

De acuerdo con el Sistema de Inteligencia Comercial ADEX Data Trad, las exportaciones de Piura cayeron 22,6% hasta abril sumando US\$767 millones 602 mil. Estas sobresalieron por su valor agregado. Los despachos primarios representaron el 22.5%.

Los principales destinos fueron EE.UU., Países Bajos, Chile, Canadá y Corea del Sur. El mango, aceite de petróleo, fosfato de calcio, plátanos y uvas frescas constituyen su portafolio exportador, entre otros productos más.

Por otro lado, la alta cotización del dólar podría beneficiar más a los exportadores, debido a que recibirán más soles a cambio de sus remesas, pero no deben descuidar la calidad del producto. (Ver tabla 7)

Tabla 7*Las Exportaciones por Productos Piura 2019*

	Anual		
	2018	2019	
Piura	2 718,8	3 000,8	▲
Pota	493,0	681,9	▲
Uva	317,5	338,8	▲
Fosfato de calcio	231,5	241,8	▲
Fueloll	216,0	222,2	▲

Nota de tabla: MITINCI (2019)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019), señala que, en el año 2019, 3 son las regiones del norte que aumentaron sus exportaciones: Lambayeque (+27%), por los mayores despachos de arándano y palta; Piura (+10%) por la mayor venta de pota, y Cajamarca (+3%) por oro y cobre. Por el contrario, disminuyeron las ventas de Áncash (-14%) y La Libertad (-1%), principalmente por la menor venta de minerales, y Tumbes (-13%) por langostino (- 20%).

b) Exportaciones por grupo de productos 2010-2019

Banco Central de Reserva (2010-2020), señala que en diciembre, de 2010 las exportaciones de Piura fueron de US\$232,8 millones, siendo superiores en 36,2%, respecto a las de igual mes del año pasado; por la mayor oferta de productos tradicionales (30,0%) y no tradicionales (43,9%). En el primer

grupo, hubo mayores ventas de petróleo y derivados (36,8%) y café (173,4%), pero una caída en harina de pescado (-67,6%).

Los productos no tradicionales, hubo incrementos en las exportaciones de conchas de abanico (274,6%), preparaciones y conservas de pescado (326,8%), pota congelada (39,4%), bananas Cavendish Valery (24,3%) e hilados (117,8%). En contraste, cayeron pescado congelado (-20,2%), mangos (-20,5%), oleína (-32,5%), paprika y otros frutos capsicum (-33,5%). (Ver tabla 8)

Tabla 8

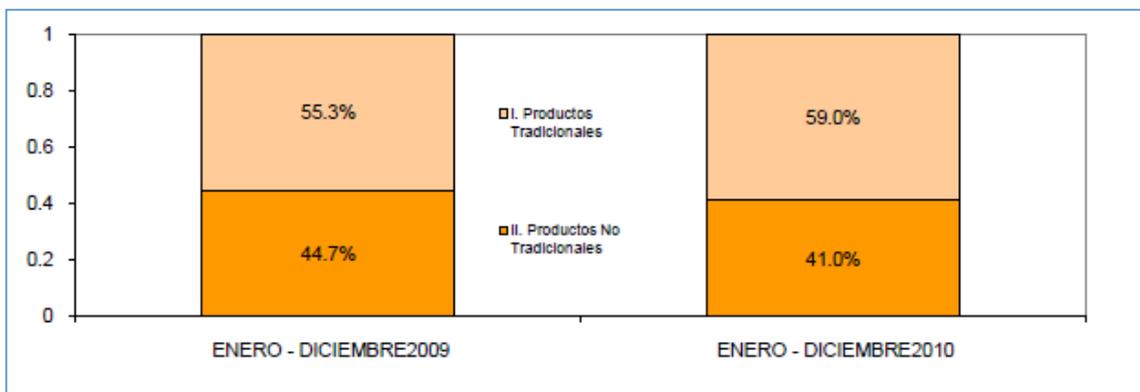
Exportaciones de Piura por Sectores 2010

	DICIEMBRE			ENERO - DICIEMBRE		
	2009	2010	Var %	2009	2010	Var %
I. Productos Tradicionales	94 809	123 231	30.0	680 180	1 047 476	54.0
Pesquero	7 892	2 573	- 67.4	109 449	111 003	1.4
Agropecuario	649	1 645	153.5	7 554	9 723	28.7
Minería	0	985	n.d.	2 763	4 036	46.1
Petróleo Y Derivados	86 268	118 028	36.8	560 414	922 714	64.6
II. Productos No Tradicionales	76 184	109 604	43.9	549 322	727 152	32.4
Agropecuario	44 739	53 323	19.2	199 460	241 698	21.2
Pesquero	24 578	39 298	59.9	314 121	394 569	25.6
Textil	695	1 446	108.1	5 910	12 412	110.0
Maderas y Papeles	6	9	50.0	37	59	59.5
Químico	6 114	408	- 93.3	14 868	15 729	5.8
Minería No Metálica	27	15 099	55 822.2	2 275	60 593	2 563.4
Sidero-Metalúrgico	10	1	- 90.0	74	138	86.5
Metal-Mecánico	0	2	n.d.	12 152	1 497	- 87.7
Resto de No Tradicionales	15	18	20.0	425	457	7.5
Total Exportaciones	170 993	232 835	36.2	1 229 502	1 774 628	44.3

En el año 2010, las exportaciones superaron en 44,3 por ciento a las registradas en el año anterior. La participación relativa de las exportaciones tradicionales fue de 59,0 por ciento. (Ver figura 4)

Figura 3

Estructura de las Exportaciones por Grupo de Productos 2010



Nota de figura: SUNAT (2010)

Las ventas de petróleo y derivados representaron el 52,0 por ciento del ingreso de divisas, frente al 45,6 por ciento en igual lapso del año anterior. (Ver figura 5)

Figura 4

Estructura de Exportaciones por Sectores de Origen

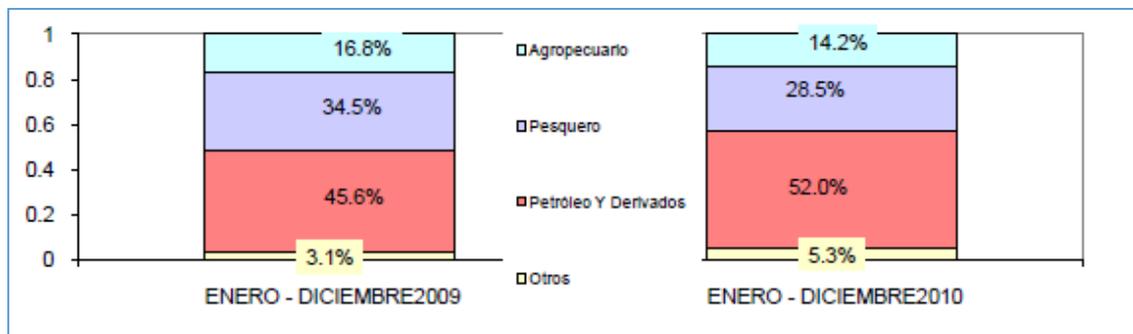


Tabla 9

Exportaciones del Departamento de Piura por Principales Productos (Valor FOB en miles US \$)

	DICIEMBRE			ENERO-DICIEMBRE		
	2009	2010	Var %	2009	2010	Var %
Petróleo y derivados	86 268	118 028	36.8	560 414	922 714	64.6
Pota congelada	4 065	5 665	39.4	85 685	119 488	39.5
Harina de pescado	7 892	2 555	- 67.6	108 658	104 688	- 3.7
Preparaciones y conservas de pescado y otros	2 478	10 577	326.8	68 151	93 053	36.5
Mangos	22 335	17 750	- 20.5	67 265	82 314	22.4
Pescado congelado	8 219	6 561	- 20.2	60 877	59 478	- 2.3
Oleína	5 563	3 755	- 32.5	55 103	55 996	1.6
Conchas de abanico	3 261	12 217	274.6	20 044	47 408	136.5
Uvas	11 598	22 195	91.4	24 745	43 501	75.8
Bananas tipo "cavendish valery"	3 460	4 301	24.3	43 954	42 672	- 2.9
Frijoles y otras legumbres	1 618	3 494	116.0	13 791	17 517	27.0
Pimientos preparados	2 398	2 280	- 4.9	12 190	16 844	38.2
Hilados	659	1 436	117.8	5 854	12 089	106.5
Páprika y otros capsicum	1 851	1 231	- 33.5	7 099	9 407	32.5
Café	560	1 531	173.4	6 619	8 732	31.9
Etanol	5 392	0	- 100.0	5 392	8 053	49.3
Bananas, las demás	193	24	- 87.7	398	5 755	1 347.4
Colas de langostinos congeladas	340	29	- 91.6	7 795	5 239	- 32.8
Jugo de maracuyá	171	98	- 42.9	7 113	4 915	- 30.9
Aceite esencial de limon	318	59	- 81.3	5 524	4 581	- 17.1
Cortezas de limon	36	111	203.5	2 819	3 455	22.6
Paltas	0	0	n.d.	3 575	2 358	- 34.0
Sandías y melones	218	280	28.7	1 361	2 051	50.6
Limonos	107	187	74.5	934	1 037	11.0
Azúcar	89	114	27.9	935	990	5.8
Pulpos	90	20	- 77.4	1 027	813	- 20.8
Langostinos	310	0	- 100.0	2 093	409	- 80.5
Arroz	140	0	- 100.0	3 881	201	- 94.8
Otros	1 363	18 336	1 245.7	46 204	98 871	114.0
Total Exportaciones	170 993	232 835	36.2	1 229 502	1 774 628	44.3

Nota de tabla: SUNAT (2010)

Durante el año 2010, los principales países de destino presentaron la siguiente estructura de adquisiciones, según productos (Ver tabla 10):

Tabla 10

Estructura de Exportaciones por Países de Destino Enero - Diciembre 2010

Pais	Principales productos	% del total	Valor FOB (millones \$)	Estructura % por país
Estados Unidos		37.1%	658.7	
	Aceites crudos de petróleo		504.7	76.6%
	Mangos		32.9	5.0%
	Oleína		20.2	3.1%
	Pescado congelado		16.7	2.5%
	Bananas Cavendish Valery		12.0	1.8%
	Conchas de abanico		15.4	2.3%
	Uvas		13.3	2.0%
	Colas de langostinos congeladas		4.5	0.7%
	Pimientos preparados		4.5	0.7%
	Pota congelada		2.5	0.4%
	Frijoles		2.0	0.3%
	Otros		30.0	4.6%
Chile		8.6%	153.4	
	Aceites crudos de petróleo		150.0	97.8%
	Harina de pescado		0.3	0.2%
	Limonos		1.0	0.7%
	Otros		2.1	1.4%
Panamá		7.5%	133.2	
	Aceites crudos de petróleo		131.8	98.9%
	Pota congelada		0.6	0.5%
	Arroz		0.1	0.1%
	Otros		0.7	0.5%
China		6.9%	122.7	
	Preparaciones y conservas de moluscos		54.7	44.6%
	Harina de pescado		36.8	30.0%
	Pota congelada		14.0	11.4%
	Oleína		10.1	8.2%
	Pescado congelado		1.3	1.1%
	Uvas		1.0	0.8%
	Otros		4.8	3.9%
Países Bajos		5.3%	93.3	
	Mangos		33.8	36.2%
	Bananas Cavendish Valery		22.0	23.6%
	Uvas		7.5	8.0%
	Etanol		7.2	7.7%
	Conchas de abanico		5.6	6.0%
	Jugo de maracuyá		4.6	4.9%
	Bananas, las demás		3.3	3.5%
	Paltas		2.0	2.1%
	Hilados		1.2	1.3%
	Oleína		0.9	1.0%
	Aceites esenciales de limón		0.7	0.8%
	Otros		4.5	4.8%
España		4.9%	87.2	
	Pota congelada		47.2	54.1%
	Pimientos preparados		12.0	13.8%
	Preparaciones y conservas de moluscos y otros		7.0	8.0%
	Páprika y frutos capsicum		7.2	8.3%
	Mangos		3.2	3.7%
	Conchas de abanico		2.2	2.5%
	Pescado congelado		1.7	1.9%
	Hilados		0.6	0.7%
	Colas de langostinos congeladas		0.3	0.3%
	Langostinos		0.2	0.2%
	Otros		5.6	6.4%
Otros		29.6%	526.1	
Total		100.0%	1 774.6	

En cuanto a los principales productos de exportación del departamento de Piura, a continuación se consignan los países adquirentes (Ver tabla 11):

Tabla 11

Exportaciones de Producto por País de Destino Enero - Diciembre 2010

Producto	Principales países de destino	% del total	Valor FOB (millones \$)	Estructura % por producto
Aceites crudos de petróleo		52.0%	922.7	
	Estados Unidos		504.7	54.7%
	Chile		150.0	16.3%
	Panamá		1318	14.3%
	Honduras		315	3.4%
	Ecuador		12.4	1.3%
	Otros		92.3	10.0%
Pota congelada		6.7%	119.5	
	España		47.2	39.5%
	China		44.0	36.8%
	Corea del Sur		9.8	8.2%
	Tailandia		6.3	5.3%
	Italia		5.9	4.9%
	Venezuela		5.5	4.6%
	Rusia		3.8	3.2%
	Estados Unidos		2.5	2.1%
	Francia		2.3	1.9%
	Otros		22.2	18.6%
Harina de pescado		5.9%	104.7	
	China		36.8	35.1%
	Alemania		16.7	16.0%
	Japón		10.1	9.6%
	Vietnam		10.1	9.6%
	Reino Unido		5.9	5.6%
	Taiwan		5.2	5.0%
	Australia		4.3	4.1%
	Italia		1.9	1.8%
	Otros		13.7	13.1%
Prep. y conservas de pescado y otros		5.2%	93.1	
	China		54.7	58.8%
	Corea del Sur		118	12.7%
	España		7.0	7.5%
	Italia		3.7	4.0%
	Alemania		18	19%
	República Dominicana		2.2	2.4%
	Otros		119	12.8%
Mangos		4.6%	82.3	
	Estados Unidos		32.9	40.0%
	Países Bajos		33.8	41.1%
	Reino Unido		4.7	5.7%
	Canadá		3.4	4.1%
	España		3.2	3.9%
	Otros		4.3	5.2%
Pescado congelado		3.3%	59.4	
	Estados Unidos		16.7	28.1%
	Alemania		11.1	18.7%
	Corea del Sur		8.2	13.8%
	Japón		5.5	9.3%
	Venezuela		5.4	9.1%
	España		1.7	2.9%
	China		1.3	2.2%
	Otros		9.5	16.0%
Oleína		3.2%	56.0	
	Canadá		22.7	40.5%
	Estados Unidos		20.2	36.1%
	China		10.1	18.0%
	Otros		3.0	5.4%
Bananas Cavendish Valery		2.4%	42.7	
	Países Bajos		22.0	51.5%
	Estados Unidos		12.0	28.1%
	Bélgica		4.4	10.3%
	Japón		2.9	6.8%
	Otros		1.4	3.3%
Otros		16.6%	294.2	
Total		100.0%	1774.6	

En el 2019.

En diciembre 2019, las exportaciones de Piura fueron US\$ 343,3 millones, mayores en 9,1 por ciento interanual, por las mayores exportaciones no tradicionales (15,4 por ciento) que compensaron los menores envíos de productos tradicionales (-17,2 por ciento).

En las exportaciones no tradicionales (US\$ 293,1 millones), aumentaron las exportaciones pesqueras (145,8 por ciento) – pota (632,4 por ciento) – y agropecuarias – mango (30,3 por ciento) –. En los productos tradicionales (US\$ 50,2 millones), se redujeron las exportaciones de derivados de petróleo (-13,3 por ciento) y oro (-100 por ciento).

En 2019, las exportaciones de Piura alcanzaron los US\$ 2 995,7 millones, superiores en 10,1 por ciento anual, principalmente por las mayores exportaciones pesqueras no tradicionales (29,2 por ciento) - pota (38,4 por ciento) y langostinos (37,8 por ciento) -, químicos (34,6 por ciento) – etanol (43,1 por ciento) –, agropecuario no tradicional (3,4 por ciento) – uva (4,4 por ciento) –, pesqueras tradicionales – oleína (51,3 por ciento) – y oro (94,8 por ciento). (Ver tabla 12)

Tabla 12*Exportaciones por Grupo de Productos 2019*

	Estructura %		Diciembre		Enero - Diciembre		
	2018	2018	2019	Var %	2018	2019	Var %
PRODUCTOS TRADICIONALES	27,4%	60,7	50,2	-17,2	744,9	750,6	0,8
Pesquero	5,2%	7,1	8,6	21,3	141,8	179,7	26,7
Agropecuario	0,7%	3,5	1,5	-57,2	19,1	12,6	-33,9
Minería	1,7%	3,2	0,0	-100,0	46,1	89,7	94,8
Petróleo y derivados	19,8%	46,9	40,2	-14,5	537,8	468,6	-12,9
PRODUCTOS NO TRADICIONALES	72,6%	253,9	293,1	15,4	1 975,5	2 245,1	13,6
Agropecuario	31,0%	186,5	199,0	6,7	843,9	872,5	3,4
Pesquero	28,4%	29,2	71,8	145,8	771,7	997,1	29,2
Textil	0,0%	0,1	0,0	--	0,6	0,1	-79,3
Maderas y Papeles	0,0%	0,0	0,2	1 059,9	0,4	0,5	12,9
Químico	3,0%	12,6	5,3	-57,8	81,5	109,7	34,6
Minería No Metálica	9,2%	24,8	16,5	-33,6	251,3	260,5	3,7
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0%	0,0	0,1	528,0	0,6	0,6	14,1
Metal-Mecánico	0,9%	0,6	0,1	-79,6	24,8	3,0	-87,8
Resto de No Tradicionales	0,0%	0,0	0,1	45,0	0,6	0,9	50,1
TOTAL EXPORTACIONES	100,0%	314,5	343,3	9,1	2 720,3	2 995,7	10,1

Nota de tabla: SUNAT. Elaboración BCR.

En el año, los principales países de destinos de exportación fueron: Estados Unidos (19,6 por ciento), China (10,3 por ciento), Países Bajos (10,3 por ciento), Corea del Sur (6,7 por ciento), España (6,1 por ciento), entre otros.

En diciembre de 2019, las exportaciones de Piura fueron US\$ 343,3 millones, mayores en 9,1 por ciento interanual, por los mayores envíos no tradicionales (15,4 por ciento). En el año, las exportaciones alcanzaron los US\$ 2 995,7 millones, superiores en 10,1 por ciento anual.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. **Contrastación y demostración de las hipoinvestigación con los resultados**

HG: Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019

La región Piura se ubica estratégicamente el noroeste del país; con una superficie de 35 892 km², ocupando el 3,1 % del territorio nacional. Limita por el norte con Tumbes y la República del Ecuador; por el este, con Cajamarca y el Ecuador; por el sur, con Lambayeque; por el oeste, con el Océano Pacífico. Políticamente está dividido en 8 provincias y 65 distritos, siendo su capital la ciudad de Piura.

Las ventajas naturales aprovechadas por las sociedades agrícolas son notablemente distintas en la Costa frente a las de la Sierra. Las ventajas comparativas dentro del proceso de adaptación a las condiciones ambientales para aprovecha sus oportunidades es que buena parte de la infraestructura de riego que se forjó para el agro de Piura respondió a las exigencias del algodón; las Ventaja comparativa de los ecosistemas de la Costa, como los bosques secos y valles agrícolas de las partes bajas de las cuencas.

En las partes bajas de las cuencas de los ríos Chira y Piura, se encuentran las formaciones vegetales de bosques secos cuya cobertura vegetal expresa la capacidad de almacenamiento de sus acuíferos subterráneos y constituyen a su vez la protección natural que los sostiene por su efecto regulador de la intensa radiación solar y velocidad de vientos predominantes en esta región (Gushiken, 1994 y Mendoza, 1998). De las 29 especies se identificaron 6 en extinción (almendro de pepa, barbasco, hualtaco, palo negro y sapote); y cinco en situación de raras. chamelico, coca, frijolillo, limoncillo blanco, naranjo y palo de chivato. Cinco especies en situación de indeterminadas: almendro de vaina, anguruco, charan amarillo, guayabillo y seda seda. Y siete especies en situación de seguras: overal, pasallo colorado, pasallo huisco. Desde su uso: 27 maderables, 25 para actividades pecuarias de la zona; 18 para fines de reforestación en cercos y cortinas; 17 ornamentales; 16 mielíferas; 13 en medicina tradicional y 7 para fines artesanales con gran contenido de taninos.

El ecosistema bosques secos tiene una importante diversidad de especies de la que se obtienen productos no maderables aún poco conocidos y estudiados; que constituyen otra oportunidad a la demanda de productos naturales de carácter medicinal, alimenticio e industrial cada vez mayor. Estos productos no maderables deben constituirse en nuevas alternativas de generación de ingresos de los sistemas productivos familiares y una especie representativa de ellos, con mucho potencial, es el *ceibo* *Ceiba trichistrandum* (Otivo, J. 1999).

La intensa actividad agraria en estas partes de las cuencas, está condicionada por la capacidad reguladora climática e hídrica que los bosques ejercen en su entorno. El servicio ecológico que ofrecen no es el captar agua, como los hacen los de las nacientes, sino de retenerla (regularla) en los acuíferos subterráneos al interceptar la intensa radiación y velocidad del viento característico de estas zonas.

Pero esto depende también, del manejo sostenible y rentable que del bosque logren las familias que lo habitan, Como parte de una estrategia mayor de gestión de cuencas, cuya desestructuración acarrearía un inevitable desequilibrio hidrológico en las aguas superficiales y subterráneas, además del incremento del avance del desierto por intensificación de vientos.

La fragilidad del bosque seco frente a procesos de desertificación se expresa en la intensa evapotranspiración que se registra en él; donde en zonas de bosques semi densos la pérdida de agua por evaporación anual es de 4 a 8 veces superior al agua recibida por las precipitaciones anuales; pero en zonas de bosque ralo, la pérdida de agua superficial puede llegar a ser 16 a 32 veces de lo que se recibe por precipitaciones (Gushiken, S. 1994), lo que demuestra la íntima dependencia existente entre el algarrobal y el acuífero subterráneo.

Estos árboles viven de esta agua subterránea y a su vez, la mantienen disminuyendo la radiación directa sobre la superficie y la velocidad de los vientos. La intervención de extracción minera de metales en este agroecosistema con su requerimiento de grandes volúmenes de agua para el procesamiento de minerales (3 m³ de agua por tn de material removido en el caso de oro) tomados del acuífero tendría efectos negativos, no sólo por la competencia con la agricultura de esta parte del valle, sino también sobre el acuífero que soporta a los bosques secos.

La actual ventaja comparativa de limpieza ambiental para la comercialización de productos agrícolas de carácter orgánico como banano, mango, limón y otras frutas en desarrollo en el exigente mercado internacional, se vería afectada irreversiblemente si se registrara contaminación atmosférica e hídrica con sustancias químicas provenientes de la minería metálica.

En resumen, considerando que el río Quiroz es fundamental en su aporte de agua al reservorio San Lorenzo, la pretensión de explotar minerales en sus nacientes pone en serio riesgo de desertificación a esta cuenca de Piura y a las ventajas comparativas y posibilidades de competencia de su agricultura cuyo futuro inmediato dependerá de la inocuidad y carácter ecológico de su producción.

Más aún si la dinámica ambiental de esta región está gobernada por las periódicas sequías interrumpidas por el fenómeno de El Niño,

situaciones climáticas que exigen actualmente complejos esfuerzos de planificación institucional y tecnológica para manejar el déficit hídrico, como también para resistir los efectos no controlables iniciales de las intensas lluvias.

HE: Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales de la región Piura en el periodo 2010-2019

Basado en los análisis precedente; en Piura prevalecen la exportaciones de limón, mango, petróleo, fosfatos, andalucita, uva y pota; el 54% de sus exportaciones se distribuyen en la pota 18%, uva 12%, fosfato de calcio 8,5%, fueloil 7,9% y mango 7,9%; creció en 2018, el 28% y en 2019, el 2,5% en 1º semestre, por las ventas de bienes tradicionales +11%, como el diésel 2 +93% y el aceite de pescado, +40%, y de bienes no tradicionales como uva +33% y fosfatos de calcio +8%.

Las ventajas comparativas de estos productos se da porque su producción es del más bajo costo que los de los países vecinos; donde los aranceles han generado efectos positivos a la economía regional de Piura; y sus productos no tradicionales desarrollaron productos baratos para la región y el mundo, beneficiando a sus habitantes Piuranos.

Los principales destinos de los productos exportables de Piura fueron a los Estados Unidos, la economía más grande del mundo donde del total exportable de la región casi el 20% tuvo ese destino seguido de China con el 10% aproximadamente, los países bajos en esa proporción; todo esto estuvo vinculado a la política exterior del Perú con relación a países europeos, los Estados Unidos y países de América; y los asiáticos, como Corea que en el 2010 se exportó hasta un 6.7% del total, en las cuales los mercados buscaban estos productos; otro factor de la situación de exportación en Piura fue que en el año 2010 con el tratado del ALCA, se libera el comercio hasta en 30 años; entrado en vigencia los TLC que nuestro país firma con diferentes países del mundo, cuyas ventajas se vieron en la reducción de las barreras arancelarias.

La integración de las economías latinoamericanas, desarrollaron diferentes tratados internacionales como es el ALCA; caso del Perú que lo hizo desde 2010; otros elementos complementarios a esto fue el ingreso de nuevas inversiones, se da el auge del comercio electrónico, donde no hay barreras fronterizas que impidan para negociar por este medio, otros mecanismos de defensa comercial y de solución de controversias, etc. El Mincetur en Piura, contribuyó con el desarrollo, consolidación y promoción del Comercio Exterior, el Turismo y la Artesanía en la Región Piura, a través de un proceso concertado; propiciando mejorar la calidad de vida en forma sostenible, revalorizando la riqueza cultural y ambiental, promoviendo la competitividad de las

empresas vinculadas al sector optimizando la calidad de los servicios, buscando posicionarse en los estándares internacionales.

A modo personal, en el rubro de la agroexportación, es un reto darle un enfoque exportador a Piura, el cual tiene un gran potencial para la inversión agroindustrial. En el 2019-2020, el agro exportación piurana alcanzó 334 millones de dólares; a comparación de los resultados obtenidos en el mismo periodo de 2018-2019 (323 millones de dólares), lo que representa un aumento del 3 %.

Cabe mencionar que los principales productos bandera que fueron exportados son el mango fresco con 163 millones de dólares; banano orgánico con 96 millones de dólares y uvas frescas con 50 millones de dólares, entre otros productos.

Los factores de competitividad más relevantes para las empresas Piuranas, estuvieron ligadas a las estategias de gestión, su recurso humanos calificado y tecnologías de punta, enfocadas a la investigación y capacitación; esto entre 2010-2019, que, el crecimiernto promedio en este rango esuvo entre el mas alto del país, con el 16.6% de crecimiento anual; en el año 2003 las exportaciones pasaron de 173 millones de soles a 1589 millones; es decir su crecimiento fue superior a esta media señalada en el 2010, los envíos no tradicionales tuvieron una importante expansión debido al impulso del sector agropecuario y pesquero.

Basado en este análisis; se concluye que: La ventajas comparativas influyen significativamente en el Comercio Internacional de la región Piura, referidos a las exportaciones de productos no tradicionales: Agroindustria, entre los año 2010 progresivamente hasta el año 2019.

6.2. Contrastación de los resultados con otros estudios similares

De acuerdo a los estudios del MINCETUR (2019); la región Piura es una de las regiones que explota sus recursos naturales, para su colocación en el mercado interno, así como en mercados de destino de los diferentes países del mundo, atendiendo una demanda creciente, mayormente, de los productos no tradicionales en los sectores agrícola, pesquero, industrial y de la minería no metálica.

Desarrolla principalmente las actividades en la agricultura (plátanos, mangos, café, etc.), así mismo se realiza una buena producción de fertilizantes; sus ventajas comparativa son porque la región se encuentra articulada por los puertos de Paita, Talara y Bayóvar, la carretera Panamericana Norte, y cuenta además con aeropuertos en Piura y Talara.

Otros de los factores determinantes en estas ventajas comparativas es que, la región Piura se ubica estratégicamente en la zona norte del país, con un clima cálido todo el año, fortaleciendo la agrindustria y por ser zona cercana al límite internacional con el Ecuador,

tiene una integración económica, comercial y turística en términos internacionales, si bien las mayores ventajas podrían darse en los productos no tradicionales ampliándose y mejorando su producción en base a la demanda de los mercados.

Comparativamente el trabajo desarrollado por Orbe (2017) analizó la oferta exportable del cacao orgánico piurano y aplicó la metodología no experimental, aplicada y descriptiva; la demanda se observó que en el año 2014 fue de 1,856,795 toneladas comprobándose que existe un amplio mercado para este producto, no se coincidió los ajustes de los productos no tradicionales a la demanda internacional; su objetivo fue ganar mercados; esta situación analizada, coincide parcialmente con la investigación, al ser productos exportables cuya metodología de análisis permitió en ensanchamiento y posicionamiento de productos agroindustriales no tradicionales.

En el trabajo desarrollado por Tapia (2017) analizó la relación entre las ventajas competitivas y las Exportaciones de la región Piura, 2017; para lo cual se utilizó el método Hipotético-Deductivo de enfoque cuantitativo, analiza productos exportables como el mango, los calamares y la pota; generalmente en el rubro pesquero; en la investigación el tipo fue descriptivo buscando la relación entre las ventajas comparativas y las exportaciones de productos no tradicionales; en los resultados se determinó que las exportaciones pesqueras representaron el 49,5% (504.6 millones de dólares) y crecieron 2,7%; y que, los principales

productos exportados lograron 223.2 millones de dólares, un aumento del 23,5% de los productos exportables un año anterior.

Por su parte Castillo (2017), en lo relacionado con la exportación y producción agrícola y crecimiento económico en la Región Piura 2008-2016; logró determinar la relación entre la exportación y producción agrícola y el crecimiento económico en la región Piura, entre 2008-2016; su diseño fue no experimental, de tipo descriptivo analítico, clasificando al mango y uva como los principales productos exportables, demostrándose dicha relación; la investigación, fue de tipo descriptiva, analítica y observacional de diseño no experimental coincidiendo con el trabajo de Castillo en estos aspectos; sin embargo, los productos no tradicionales exportables y con mayor ventas comparativas se dieron en nuestra investigación, estimándose que entre 2010 y el 2019.

Los principales productos exportados fueron las paltas que ascendieron a 243 millones de dólares (con un crecimiento de 23,8%) y mangos por 142.9 millones de dólares (-10,8%) y les siguen las preparaciones para alimento de animales, 94.8 millones de dólares (-3,1%); plátanos, 83.8 millones de dólares (-6,8%); y arándanos rojos, 76.2 millones de dólares (58,7%). El crecimiento de las exportaciones piuranas en 2017 obedeció a los mayores envíos de hidrocarburos a EEUU (+47%) y productos pesqueros a China (+20%); esta situación hace una total

diferenciación de los productos exportables que se dan en la investigación coincidiendo parcialmente con la de Castillo.

A nivel nacional, haciendo la comparación con lo trabajado por Alegría en el plan estratégico del sector pesca, cuyo objetivo fue la organización del sector económico, para lograr la visión deseada de ser Piura, el tercer sector productivo con mayor contribución al PBI de la región; los objetivos de largo plazo trazados están enfocados en lograr el desarrollo económico deseado y sostenible dentro de un marco socialmente responsable.

En la investigación, las exportaciones de piura en el 2019, aumentaron hasta en un 19.5% , cuyo producto bandera fue el limón alcanzando 12.088 toneladas; por otro lado este último año de análisis; permitió ver que la exportación de Piura aumentó 10% por las mayores ventas de químicos (+35%: etanol), hidrobiológicos (+29%: concha de abanico, aceite de pescado, pota, langostino) y agrícolas (+3%: uva, palta), que compensaron la menor venta de hidrocarburos (-13%: crudo de petróleo y su nafta).

En la investigación de Villena (2005). sobre el Comercio Internacional y las Ventajas Comparativas en Arequipa, se ofrece una alternativa en base al escenario de la globalización de la economía mundial, obligando a la región a especializarse en el sector agrícola, por

la calidad de sus tierras, recursos hídricos, climas, etc. Estadísticamente, las exportaciones bajaron de 4.6% del 2004 a 3.1% el 2005; y, para el 2018, respecto al 2017, experimentó un crecimiento del 25%, cifra nada despreciable para su crecimiento sostenido de la región; este crecimiento promedio entre 2010-2019 en Piura fue de 19.% cuyo crecimiento progresivo y la participación de productos no tradicionales fuera del 36% creció en el 9.45% entre noviembre y diciembre del 2020.

Las exportaciones de Piura entre enero y noviembre de 2018 crecieron 33% respecto al mismo periodo del año pasado. Con ello, la región se ubica como la quinta zona exportadora del país con un monto de US\$2.410 millones, de los cuales el 71% corresponde a productos no tradicionales y 29% a tradicionales. Análisis que coincide parcialmente con la de Villena.

6.3. Responsabilidad ética de acuerdo a los reglamentos vigentes

Se asume toda la responsabilidad del cumplimiento de acuerdos implícitos o explícitos respecto a la información que se usó en el trabajo investigativo, se respeta autoría de las teorías, ideas, conceptos y opiniones de los autores, que fueron citados el trabajo investigativo, como sus nombres, títulos, fechas y lugares; para el desempeño correcto del tema, han derivado acciones y estrategias de trabajo, cuyos resultados se reflejan en la información recopilada y analizada, en el contexto de la investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación se consideraron, como pilares: la originalidad del tema y tratamiento de la investigación, y el respeto a las fuentes en citas textuales e ideas de autores utilizadas – antes dicho-, cuyas autorías, en cada caso, vale decir, se le reconoció y respetó expresamente, y cuyos datos (referencias bibliográficas y virtuales) han sido registrados y consignados en la investigación.

En general, el desarrollo se ha llevado a cabo prevaleciendo los valores éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos con el propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencias económicas.

CONCLUSIONES

1. Para el objetivo general:

- Se ha demostrado que las ventajas comparativas influyen significativamente con las exportaciones de la región Piura, por su ubicación estratégica y diversificación de productos exportables, su clima, tipos de suelos; cuenta con una amplia inversión en infraestructura de riego, la mayor PEA agrícola de los departamentos de costa del Perú y la cuarta a nivel nacional; es por ello que, el comercio internacional favorece e influyen en las exportaciones de sus productos no tradicionales.
- Piura no tiene una especialización; su demanda se adecua a los precios y calidad de los productos; el nivel de crecimiento económico promedio anual fue de 3,9%, tasa inferior a la registrada a nivel nacional (4,4%) y superior a regiones de La Libertad (3,7%) y Tumbes (3,2%); en esta los productos destacados para estos mercados han sido las uvas, pota y colas de langostino, los cuales cuentan con excelentes precios para su comercialización; que son considerados representativos, para incrementar y mejorar sus capacidades de exportación.
- El comercio a permitido una evolución de la región Piura, cuyo comportamiento de sus exportaciones, a pesar de su inestabilidad en periodos cortos, se ha convertido en la tercera región donde sus productos se encuentran en Estados Unidos, países de la Unión Europea y del Reino Unido; consiguiendo un crecimiento mayor al 8% en las exportaciones en el 2019; se requiere de decisión política, e inversión en la

agroexportaciones de productos no tradicionales, que mas satisfacción le han dado a la región.

- Mediante un trabajo conjunto entre Estado, agricultores, empresa, se debe incidir en la capacitación y asistencia técnica, hacia los agricultores y pobladores de zonas agrícolas de la región Piura; a pesar de que la región, a venido sufriendo problemas climáticos como el niño que cada periodo afecta a su población y sus tierras; esta actividad no ha dejado de producir. Los decrecimientos significativos, ha sido superados estos 5 años últimos con productos no tradicionales exportables; siendo el sector de la agroindustria que aportó al PBI departamental, el 4.1% en el año 2019.

2. Para los objetivos específicos

- La significancia de las ventajas comparativas de las exportaciones, se evidencian en las estadísticas de las exportaciones, no tradicionales del sector agroindustria, entre 2010-2019, en este sector aumenta en 9.45% a nivel nacional, las exportaciones en Piura, en el 2019, superaron los 1400 millones de dólares en el primer semestre del 2019; el 4,3% de la producción y el 4,8% de la exportación. Piura tiene una economía diversificada; es el primer productor de limón, mango, caña para etanol; también de petróleo, fosfatos y pescado congelado.
- Los principales productos que impulsaron la agroexportación en Piura, fueron las paltas que ascendieron a 243 millones de dólares (con un crecimiento de 23,8%) y mangos por 142.9 millones de dólares (-10,8%). Les siguen las preparaciones para alimento de animales, 94.8 millones de

dólares (-3,1%); plátanos, 83.8 millones de dólares (-6,8%); y arándanos rojos, 76.2 millones de dólares (58,7%).

- Las exportaciones no tradicionales, tuvieron incrementos en las exportaciones de conchas de abanico (274,6 por ciento), preparaciones y conservas de pescado (326,8 por ciento), papa congelada (39,4 por ciento), bananas Cavendish Valery (24,3 por ciento) e hilados (117,8 por ciento). En contraste, cayeron pescado congelado (-20,2 por ciento), mangos (-20,5 por ciento), oleína (-32,5 por ciento), paprika y otros frutos (-33,5 por ciento).

RECOMENDACIONES

1. Para lograr éxito en la agroexportación de productos no tradicionales en la región Piura, se debe potenciar nuevos productos para exportar, analizando las de mayor demanda en el mercado y logrando su posicionamiento en los mercados asiáticos y europeos; contando siempre con la capacidad productiva y asegurando los volúmenes de exportación de acuerdo a las demandas insatisfechas, que son solicitados por los clientes; se debe recurrir siempre a los requisitos de calidad, protocolos fitosanitarios que da el Estado para contar con las certificaciones internacionales; y por otro lado contar con la capacidad económica financiera del estado para que solvente las exportaciones.
2. Para incrementar las ventajas comparativas de los productos no tradicionales, del sector agroindustrial, para la exportación en Piura, es necesario contar con una oferta exportable de productos diversificables, mediante planes de promoción de inversiones de productos orientados al mercado internacional; especialmente para Asia y Europa, donde los precios son competitivos; con presencia en ferias y mercados internacionales que contribuyan a ponernos en el primer mundo, con productos no tradicionales del sector agroindustrial.
3. Que el Estado, la empresa privada y los agricultores generen mecanismos que sean necesarios para facilitar e impulsar la actividad agroexportadora de la región desarrollando cierta cultura empresarial exportadora que capacite e

innove periódicamente; diseñando planes y proyectos de desarrollo de producto agroexportables que sea sostenibles en el tiempo.

4. Lograr asegurar periódicamente el crecimiento de las exportaciones no tradicionales en Piura, desarrollando e implementando planes estratégicos para la exportaciones de productos no tradicionales, donde los actores esenciales sean el agricultor, la empresa y el Estado, asegurando la institucionalidad exportadora en la región Piura, definiendo planes de acción y desarrollo de proyectos en infraestructura, capacitación, educación, telecomunicaciones, inversiones, internacionalización, etc; y establecer para cada una de ellas sus objetivos de corto, mediano y largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adax (2016) El comercio exterior en Piura. Revista anual; ediciones de exportaciones. Lima-Perú.
- Anchorena, O (2010) Ventajas comparativas y ventajas competitivas. Argentina.
- Banco Central de Reserva del Perú, BCR (2017) Compendios Estadísticos de Comercio Exterior, a nivel nacional y regional. Lima-Perú. 2010-2017. Lima – Perú.
- Banco Central de Reserva del Perú, BCR (2019). PIURA: Síntesis de Actividad Económica. Enero 2019.
- CEPAL (2020) Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. Recuperado del portal web: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>, en fecha 18.03.2021.
- Cornejo, R. (1996) Comercio Internacional. Hacia una gestión competitiva. Lima-Perú. Editorial San Marcos.
- Econopedia (2021) Las ventajas absolutas. Extraído del portal web: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html>, en fecha 12.03.2021.
- Emmanuel, A. (1969) El Intercambio desigual siglo XXI. México. Editores. México.
- Gobierno Regional Piura (2018) Zonificación Ecológica Económica. ZEE. En coordinación con el MINAM. Doc. Preliminar 2018.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI (2018) Material Bibliográfico de Estadísticas Económicas Periodo 2010-2019. Lima- Perú.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR (2009) Plan estratégico Exportador de Lima PENEX al 2025. Lima-Perú
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR (2009) Plan estratégico regional exportador región Piura. En coordinación con el Gobierno Regional Piura. Lima-Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR (2018) Planeamiento Estratégico de Exportaciones de la Región Piura- Perú. 2017.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR (2018) Volumen de Exportaciones por regiones nivel nacional. Lima- Perú.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR. (2019). Exportaciones Perú 2019.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR. (Diciembre de 2017). Reporte Regional de Comercio Piura.
- Pérez (20114) Teorías del comercio Internacional. Extraído del portal web: <https://www.manualdecomercioexterior.com/2018/03/teorias-del-comercio-internacional.html>, en fecha 15.03.2021.
- PROMPEX (2018) Perú: Información de Estadísticas y Empresas Exportadoras. Lima- Perú.
- SUNAT (2018) Anuarios Estadísticos Periodos 2010-2019. Lima- Perú.
- Torres, F. (2014). Situación de las ventajas comparativas y competitivas de la agricultura comercial y la agrobiodiversidad para la diversificación productiva de Piura ante las nuevas condiciones de cambio climático.
- Torres, G. (2009) *Teoría del Comercio Internacional*. México. Siglo XXI Editores.

Trajan, S. (2021) Problemas del comercio exterior hoy. Recuperado de la web:
https://acercandonaciones.com/problemas-del-comercio-internacional-hoy-05082020__d6g568jvO7, en fecha 10.02.2021

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipoinvestigación	Operacionalización de variables	Metodología
Comercio Exterior de la Región Piura y sus Ventajas Comparativas	General	General	General	Variable Independiente	Técnicas -Observación -Análisis documental Instrumentos - Ficha de resumen - Ficha bibliográfica - Guía de observación
	¿Cuál es la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura, en el periodo 2010-2019?	Determinar la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019.	Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura en el periodo 2010-2019	X: El Comercio Exterior de la Región Piura X1: Comportamiento Exterior de la Región Piura, referido a las exportaciones no tradicionales: Agroindustria.	
	Específicos	Específicos	Específicos	Variable Dependiente	
	¿Cuál es la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura y las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales en el periodo 2010-2019?	Determinar la relación que existe entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de la región Piura y las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales en el periodo 2010-2019.	Existe una relación significativa entre el comercio exterior y las ventajas comparativas de las exportaciones no tradicionales de productos agroindustriales de la región Piura en el periodo 2010-2019	Y: Ventajas Comparativas Y1: Eficiencia en la Capacidad productiva Y2: Eficacia en la Capacidad productiva.	

Nota de tabla: Elaboración propia. Los problemas, objetivos, hipótesis, se encuentran establecidos en el desarrollo integral de la investigación.

Anexo 2 Piura Exportaciones FOB por Grupos de Productos / (Miles de US\$)

TIPO	2009	2010											
	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	94.809	80.829	116.252	64.765	89.556	65.669	81.194	70.382	121.075	68.511	101.253	64.759	123.231
Agrícolas	649	236	438	173	47	148	416	472	944	1.527	2.513	1.164	1.645
Pesqueros	7.892	6.483	8.482	10.215	2.351	3.144	6.789	25.931	23.346	14.688	5.667	1.333	2.573
Petróleo y derivados	86.268	74.109	107.331	54.377	87.158	62.378	73.139	43.683	96.786	52.295	91.167	62.262	118.028
Minería	0	0	0	0	0	0	849	296	0	0	1.906	0	985
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	70.604	55.174	65.520	74.878	51.373	49.306	73.830	35.927	38.018	47.162	51.730	74.850	109.604
Agropecuarios	44.719	35.085	29.079	18.028	9.559	8.749	10.761	8.436	9.343	9.719	14.962	34.872	53.323
Maderas y Papeles	6	12	10	10	2	0	10	1	0	5	0	1	8
Metal-mecánico	4	11	68	41	79	414	139	162	250	199	78	54	2
Minería No Metálica	27	142	192	177	815	862	765	821	3.169	12.368	10.913	15.269	15.099
Pesqueros	19.015	18.388	34.888	51.118	38.489	38.208	55.668	25.088	23.088	22.912	23.619	23.805	39.298
Químicos	6.114	715	550	4.280	1.473	204	5.144	712	593	925	677	48	408
Sidero-metalúrgico	10	1	1	0	1	5	2	0	0	0	128	0	0
Textil	695	809	724	1.214	948	857	1.294	701	1.484	975	1.179	781	1.446
Resto de Productos No Tradicionales	14	11	8	10	7	7	46	4	92	60	174	19	18
III. OTROS	0												
TOTAL EXPORTACIONES	165.413	136.002	181.772	139.643	140.929	114.976	155.024	106.310	159.093	115.673	152.983	139.609	232.835

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Anexo 3 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2010-2012

PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES DE 2010- 2019																		
TIPO	I. PRODUCTOS TRADICIONALES	Agrícolas	Pesqueros	Petróleo y derivados	Minería	II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	Agropecuarias	Maderas y Papeles	Metal-mecánico	Minería No Metálica	Pesqueros	Químicos	Sidero-metalúrgicos	Textil	Resto de Productos No Tradicionales	III. OTROS	TOTAL EXPORTACIONES	
2010	ENE	80 829	236	6 483	74 109	0	55 174	35 085	12	11	142	18 388	715	1	809	11	0	136 002
2010	FEB	116 252	438	8 482	107 331	0	65 520	29 079	10	68	192	34 888	550	1	724	8	0	181 772
2010	MAR	64 765	173	10 215	54 377	0	74 878	18 028	10	41	177	51 118	4 280	0	1 214	10	0	139 643
2010	ABR	89 556	47	2 351	87 158	0	51 373	9 559	2	79	815	38 489	1 473	1	948	7	0	140 929
2010	MAY	65 669	148	3 144	62 378	0	49 306	8 749	0	414	862	38 208	204	5	857	7	0	114 976
2010	JUN	81 194	416	6 789	73 139	849	73 830	10 761	10	139	765	55 668	5 144	2	1 294	46	0	155 024
2010	JUL	70 382	472	25 931	43 683	296	35 927	8 436	1	162	821	25 088	712	0	701	4	0	106 310
2010	AGO	121 075	944	23 346	96 786	0	38 018	9 343	0	250	3 169	23 088	593	0	1 484	92	0	159 093
2010	SEP	68 511	1 527	14 688	52 295	0	47 162	9 719	5	199	12 368	22 912	925	0	975	60	0	115 673
2010	OCT	101 253	2 513	5 667	91 167	1 906	51 730	14 962	0	78	10 913	23 619	677	128	1 179	174	0	152 983
2010	NOV	64 759	1 164	1 333	62 262	0	74 850	34 872	1	54	15 269	23 805	48	0	781	19	0	139 609
2010	DIC	123 231	1 645	2 573	118 028	985	109 604	53 323	8	2	15 099	39 298	408	0	1 446	18	0	232 835
2011	ENE	70 526	818	8 539	59 352	1 817	99 302	48 353	5	369	14 135	35 092	333	11	978	27	0	169 828
2011	FEB	78 386	700	14 536	63 151	0	106 224	41 202	0	39	17 643	45 432	744	41	1 105	18	0	184 611
2011	MAR	24 012	419	10 098	13 495	0	104 740	26 636	0	240	16 621	57 019	2 871	0	1 208	144	0	128 752
2011	ABR	79 662	313	3 862	75 487	0	92 486	15 284	5	198	16 150	57 702	2 278	0	838	31	0	172 148

201 1	MA Y	110 799	1 668	12 249	96 882	0	81 283	12 342	11	444	10 994	54 426	1 300	5	1 714	46	0	192 081
201 1	JUN	125 888	5 584	14 458	105 846	0	86 135	10 690	9	280	19 953	52 943	1 561	14	620	65	0	212 023
201 1	JUL	172 313	2 360	22 094	147 859	0	94 836	9 559	3	549	17 825	64 339	1 962	3	574	23	0	267 149
201 1	AG O	120 232	3 048	12 963	104 221	0	103 354	11 694	3	510	23 985	63 149	1 883	107	1 712	311	0	223 586
201 1	SEP	62 353	4 161	8 262	49 930	0	97 661	13 789	14	610	28 028	51 455	2 875	29	631	229	0	160 014
201 1	OC T	58 386	1 503	4 901	51 982	0	85 899	19 552	25	45	21 874	41 498	2 040	86	613	166	0	144 285
201 1	NO V	18 837	2 825	5 983	10 029	0	118 426	56 973	21	674	25 688	32 464	1 941	12	581	72	0	137 262
201 1	DIC	160 382	6 075	6 309	146 878	1 120	141 473	62 650	12	68	32 529	42 288	2 846	0	916	164	0	301 855
201 2	ENE	99 007	1 495	19 921	69 587	0	124 429	47 902	6	745	33 465	38 928	2 602	4	740	37	0	223 436
201 2	FEB	67 561	920	18 499	48 142	0	120 410	44 121	0	28	29 572	42 687	2 753	2	1 178	69	0	187 971
201 2	MA R	147 472	975	22 483	124 014	0	121 914	29 904	1	260	34 806	52 292	3 866	1	626	159	0	269 386
201 2	AB R	123 860	180	21 305	102 376	0	80 070	19 353	0	379	26 664	30 276	2 115	255	994	34	0	203 930
201 2	MA Y	79 219	145	7 678	71 396	0	112 233	17 767	3	2 443	41 470	44 886	4 130	6	1 482	46	0	191 452
201 2	JUN	91 236	80	15 772	75 384	0	112 508	17 921	7	2	38 051	50 345	5 488	5	653	37	0	203 745
201 2	JUL	92 426	1 340	14 426	76 659	0	117 815	18 585	1 185	10 095	7 541	5	102	79	278	89	150	210 241
201 2	AG O	97 677	1 846	42 459	53 372	0	111 396	14 477	1 236	7 617	6 022	0	34	0	441	146	59	209 073
201 2	SEP	124 794	2 996	8 282	113 517	0	87 708	12 131	674	6 794	5 672	0	0	0	0	112	336	212 503
201 2	OC T	129 261	2 634	19 778	106 849	0	154 603	37 412	265	29 918	7 360	0	34	37	109	155	241	283 864
201 2	NO V	153 494	2 962	14 935	134 759	837	157 852	69 920	1	61 753	5 713	0	174	0	4	180	2 950	311 346
201 2	DIC	100 191	2 916	10 524	84 745	2 006	155 223	68 690	108	63 435	6 682	1	218	16	355	143	20 483	255 414

Anexo 4 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2013

TIPO		I. Productos Tradicionales	Agropecuario	Minería	Pesquero	Petróleo y derivados	II. Productos No tradicionales	Agropecuario	Maderas y Papeles	Metal-mecánico	Minería No Metálica	Pesquero	Químico	Resto de No Tradicionales	Sidero-Metalúrgico y Joyería	Textil	TOTAL EXPORTACIONES
2013	ENE	101 163	450	4 197	12 346	84 170	125 073	57 294	2	1 651	28 146	31 692	4 872	53	10	1 354	226 236
2013	FEB	95 323	725	4 014	5 018	85 567	151 476	53 812	13	304	37 105	53 360	5 758	44	43	1 037	246 799
2013	MAR	120 643	285	3 649	6 176	110 533	119 843	34 122	0	1 401	36 584	38 794	7 657	34	6	1 245	240 486
2013	ABR	140 314	300	5 397	17 546	117 071	119 070	23 395	0	2 959	39 714	45 047	6 069	43	63	1 780	259 384
2013	MAY	106 454	277	1 334	8 366	96 478	107 963	15 767	3	335	31 645	51 492	7 053	61	0	1 607	214 417
2013	JUN	105 204	778	4 165	6 406	93 854	113 734	17 558	0	3 566	26 440	52 028	12 197	58	16	1 871	218 938
2013	JUL	64 418	1 597	4 406	6 197	52 217	115 594	17 404	6	320	40 385	52 908	2 954	54	36	1 528	180 011
2013	AGO	122 194	1 797	4 036	5 682	110 679	114 630	14 902	0	563	37 839	47 343	11 972	28	69	1 913	236 824
2013	SET	94 906	1 915	1 910	9 016	82 065	96 481	14 832	3	291	27 533	49 880	1 725	61	27	2 130	191 387
2013	OCT	136 218	1 762	142	16 062	118 252	116 094	30 875	5	916	35 959	39 155	7 055	30	1	2 097	252 312
2013	NOV	119 165	1 300	85	14 371	103 409	188 870	99 980	3	147	36 995	44 920	5 475	35	0	1 314	308 035
2013	DIC	67 536	2 731	1 263	3 993	59 549	212 782	108 755	9	342	43 424	48 485	9 643	52	0	2 074	280 318

Anexo 5 Productos Tradicionales y no Tradicionales de 2014-2019

TIPO	2 014											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	87.3	136.7	92.4	159.0	75.0	172.2	90.7	135.6	115.3	91.8	63.2	82.8
Agropecuario Minería Pesquero	1.0	0.9	1.1	0.4	0.5	4.7	7.6	11.2	12.5	13.2	11.3	9.1
Petróleo y derivados	0.4	0.2	0.1	0.5	0.2	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	9.3	10.0	18.6	3.6	19.4	5.0	6.7	15.3	5.0	8.2	10.2	9.4
	76.6	125.6	72.5	154.4	54.8	162.4	76.4	109.0	97.8	70.4	41.7	64.2
II. Productos No tradicionales	163.2	146.0	166.6	115.1	106.7	107.8	93.7	120.7	99.9	142.8	190.8	190.3
Agropecuario Maderas y Papeles Metal-mecánico Minería No Metálica Pesquero	84.9	51.0	37.9	24.0	21.1	16.6	15.8	18.2	22.3	59.4	111.9	99.3
Químico	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Resto de No Tradicionales Sidero-Metalúrgico y Joyería Textil	1.1	1.4	2.6	1.0	0.2	0.1	0.4	0.1	0.4	1.2	1.1	0.1
	24.3	27.5	32.5	31.0	23.2	31.4	25.7	32.9	21.1	24.0	27.9	27.0
	48.0	61.5	79.6	55.4	57.1	47.1	48.0	60.4	53.1	55.0	46.7	60.5
	3.8	2.4	12.8	1.6	3.3	11.7	2.5	7.0	1.2	1.5	1.3	1.3
	0.0	0.3	0.1	0.0	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1
	1.2	1.8	1.1	2.0	1.5	0.9	1.2	2.1	1.7	1.5	1.3	1.8
TOTAL EXPORTACIONES	250,4	282,6	259	274	181,6	280	184,3	256,3	215,2	234,6	254	273,1
TIPO	2 015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	40.8	42.1	24.9	35.4	54.4	66.6	33.3	56.8	43.0	66.3	55.4	22.0
Agropecuario Minería Pesquero	2.1	1.7	1.0	0.4	0.4	1.7	2.4	2.1	2.4	3.5	5.9	3.7
Petróleo y derivados	0.6	0.7	1.0	0.2	0.5	0.6	0.5	0.4	0.6	0.5	0.5	0.0
	6.4	7.3	6.7	5.4	3.1	8.4	12.8	7.5	12.7	13.2	12.2	6.0
	31.7	32.5	16.2	29.4	50.4	55.9	17.7	46.8	27.4	49.1	36.9	12.4

II. Productos No tradicionales	160.9	168.0	142.4	102.1	119.7	96.2	105.1	73.5	112.1	142.5	205.7	196.2
Agropecuario Maderas y Papeles Metal-mecánico Minería No Metálica Pesquero	85.7	60.7	49.2	23.3	21.0	20.7	18.7	17.9	29.9	65.8	127.7	128.6
Químico	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
Resto de No Tradicionales Sidero-Metalúrgico y Joyería Textil	0.6	0.4	0.0	0.2	0.5	0.3	0.3	0.2	0.4	5.2	0.0	0.1
	25.4	28.0	21.0	25.1	33.8	31.2	30.9	23.6	40.3	37.3	34.7	29.1
	47.4	74.6	68.3	51.1	59.1	41.3	45.7	28.2	32.6	30.1	31.9	35.2
	0.7	3.5	2.9	1.5	4.3	1.6	7.9	2.6	7.2	2.7	10.2	1.6
	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0
	1.2	0.8	1.1	0.9	0.9	1.1	1.5	1.0	1.5	0.9	1.0	1.5
TOTAL EXPORTACIONES	201,7	210,1	167,4	137,5	174,1	162,7	138,4	130,3	155,1	208,7	261,1	218,2
TIPO	2 016											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	37.8	24.6	44.5	19.1	50.3	20.5	25.3	23.9	54.6	31.6	41.7	51.4
Agropecuario Minería Pesquero	3.3	2.9	2.4	0.7	0.1	0.1	0.5	2.0	4.1	5.5	6.0	3.0
Petróleo y derivados	0.8	0.0	0.0	0.5	1.2	0.0	1.8	0.0	1.2	0.7	0.0	0.7
	6.0	8.6	18.3	7.7	13.6	8.0	4.4	9.8	2.9	6.7	8.0	10.0
	27.8	13.0	23.9	10.2	35.5	12.5	18.7	12.1	46.4	18.6	27.7	37.7
II. Productos No tradicionales	164.5	117.8	95.1	89.9	96.4	84.8	87.4	94.0	111.7	141.6	195.8	274.6
Agropecuario Maderas y Papeles Metal-mecánico Minería No Metálica Pesquero	89.8	50.5	36.4	27.6	24.0	24.2	21.3	21.9	28.2	63.5	128.5	174.4
Químico	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Resto de No Tradicionales Sidero-Metalúrgico y Joyería Textil	0.4	0.0	0.5	0.2	0.0	0.1	0.0	1.1	0.2	0.2	0.7	0.0
	26.3	28.6	25.2	24.5	29.0	23.0	25.6	24.8	27.1	25.8	22.9	30.7
	36.0	34.3	25.0	33.2	39.7	26.7	33.2	38.9	51.4	44.5	38.6	61.7
	10.9	3.3	7.4	3.2	2.6	10.3	6.9	6.9	4.2	7.1	4.5	7.5
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	0.0
	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
	1.0	0.9	0.6	1.2	1.0	0.5	0.2	0.3	0.6	0.5	0.1	0.2
TOTAL EXPORTACIONES	202,3	142,4	139,6	109	146,7	105,4	112,6	117,9	166,3	173,2	237,5	326
TIPO	2 017											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	47,0	38,3	63,8	57,5	42,0	40,7	65,8	65,8	54,3	63,5	53,8	46,5
Agropecuario	1,5	0,8	0,3	0,1	0,4	1,6	2,7	4,4	4,8	8,2	6,7	4,8
Minería	0,5	0,7	0,9	0,0	1,6	0,8	2,0	2,0	2,5	2,5	2,5	2,7
Pesquero	14,1	19,1	19,6	15,9	13,0	18,6	22,7	21,4	10,4	11,7	9,5	2,2

Petróleo y derivados	31,0	17,5	43,1	41,5	27,1	19,7	38,4	38,0	36,5	41,1	35,1	36,8
II. Productos No tradicionales	177,7	132,7	110,6	62,6	97,4	134,0	82,4	95,5	75,9	104,7	154,7	223,3
Agropecuario	110,4	60,3	36,6	23,6	24,2	23,6	18,6	21,8	21,5	51,4	96,9	151,2
Maderas y Papeles	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0
Metal-mecánico	0,2	0,7	0,3	0,1	0,8	1,0	0,7	0,1	0,6	0,5	0,2	0,2
Minería No Metálica	18,4	14,9	8,5	0,2	19,7	23,8	17,1	23,0	17,5	27,5	22,6	26,1
Pesquero	43,3	53,3	60,1	35,2	48,9	77,3	44,4	41,3	28,5	22,5	26,9	41,3
Químico	5,3	3,4	4,3	3,5	3,5	8,3	1,5	9,3	7,4	2,5	8,0	4,4
Resto de No Tradicionales	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0
Textil	0,0	0,0	0,7	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0
TOTAL EXPORTACIONES	326,0	224,7	170,9	174,4	120,2	139,4	174,7	148,2	161,3	130,2	168,2	208,5
TIPO	2018											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	84,1	35,5	63,6	34,0	54,6	69,7	65,5	107,7	54,5	75,9	39,1	60,6
Agropecuario	1,4	2,1	0,5	0,4	0,4	0,1	1,5	1,3	2,2	2,6	3,1	3,5
Minería	3,5	3,0	5,5	1,0	5,7	5,7	4,0	1,2	2,4	3,9	7,1	3,1
Pesquero	4,5	9,6	17,7	11,1	13,8	16,6	20,3	23,9	5,6	6,8	4,8	7,1
Petróleo y derivados	74,7	20,8	39,9	21,6	34,8	47,3	39,7	81,3	44,2	62,6	24,1	46,9
II. Productos No tradicionales	192,4	167,0	169,9	157,4	161,2	176,6	142,8	101,6	96,8	141,2	215,1	251,7
Agropecuario	119,1	86,6	54,0	34,4	29,9	23,1	22,0	20,8	28,0	90,0	150,1	184,5
Maderas y Papeles	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Metal-mecánico	7,6	0,3	0,3	0,1	0,1	14,0	0,6	0,1	0,3	0,2	0,4	0,6
Minería No Metálica	22,9	13,2	24,3	22,5	18,3	20,2	26,1	18,6	24,9	13,5	21,9	24,8
Pesquero	37,6	58,5	87,3	88,2	106,9	113,2	90,6	52,7	42,0	32,3	33,5	29,1
Químico	4,7	8,4	3,8	12,0	6,0	6,0	3,3	9,2	1,5	5,1	8,9	12,6
Resto de No Tradicionales	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Textil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1

TOTAL EXPORTACIONES	276,4	202,5	233,4	191,5	215,8	246,4	208,3	209,2	151,3	217,1	254,3	312,3
TIPO	2 019											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
I. Productos Tradicionales	57,9	54,2	80,4	58,1	66,3	62,2	69,2	46,1	81,6	68,1	56,4	50,2
Agropecuario	0,9	0,9	0,7	0,2	0,3	0,1	0,8	1,1	1,8	1,6	2,7	1,5
Minería	7,9	4,0	10,1	6,7	7,4	6,8	11,6	8,9	7,8	7,6	10,9	0,0
Pesquero	15,4	12,8	10,1	9,7	14,8	10,3	19,7	6,4	15,4	28,5	28,0	8,6
Petróleo y derivados	33,7	36,6	59,5	41,5	43,7	45,0	37,1	29,7	56,6	30,4	14,8	40,2
II. Productos No tradicionales	203,7	172,0	194,8	169,6	120,9	156,1	169,2	142,0	174,5	201,3	248,0	293,1
Agropecuario	133,9	69,1	56,4	31,2	24,9	23,6	24,1	23,0	36,3	95,9	155,2	199,0
Maderas y Papeles	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2
Metal-mecánico	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,5	0,3	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1
Minería No Metálica	18,8	16,1	17,9	29,6	24,9	23,5	29,0	16,9	25,8	25,4	16,3	16,5
Pesquero	48,7	79,0	115,1	105,5	59,0	96,5	101,8	89,9	98,0	68,9	62,9	71,8
Químico	2,0	7,5	4,9	2,6	11,9	11,9	13,8	11,6	14,1	10,7	13,3	5,3
Resto de No Tradicionales	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1
Textil	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL EXPORTACIONES	261,6	226,2	275,2	227,7	187,2	218,2	238,4	188,1	256,0	269,4	304,4	343,3

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Anexo 6 Exportaciones Piura

TIPO	2010												2011
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	80.829	116.252	64.765	89.556	65.669	81.194	70.382	121.075	68.511	101.253	64.759	123.231	69.744
Agrícolas	236	438	173	47	148	416	472	944	1.527	2.513	1.164	1.645	818
Pesqueros	6.483	8.482	10.215	2.351	3.144	6.789	25.931	23.346	14.688	5.667	1.333	2.573	7.829
Petróleo y derivados	74.109	107.331	54.377	87.158	62.378	73.139	43.683	96.786	52.295	91.167	62.262	118.028	59.279
Minería	0	0	0	0	0	849	296	0	0	1.906	0	985	1.817
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	55.174	65.520	74.878	51.373	49.306	73.830	35.927	38.018	47.162	51.730	74.850	109.604	99.025
Agropecuarios	35.085	29.079	18.028	9.559	8.749	10.761	8.436	9.343	9.719	14.962	34.872	53.323	47.800
Maderas y Papeles	12	10	10	2	0	10	1	0	5	0	1	8	0
Metal-mecánico	11	68	41	79	414	139	162	250	199	78	54	2	369
Minería No Metálica	142	192	177	815	862	765	821	3.169	12.368	10.913	15.269	15.099	13.986
Pesqueros	18.388	34.888	51.118	38.489	38.208	55.668	25.088	23.088	22.912	23.619	23.805	39.298	35.532
Químicos	715	550	4.280	1.473	204	5.144	712	593	925	677	48	408	323
Sidero-metalúrgico	1	1	0	1	5	2	0	0	0	128	0	0	11
Textil	809	724	1.214	948	857	1.294	701	1.484	975	1.179	781	1.446	978
Resto de Productos No Tradicionales	11	8	10	7	7	46	4	92	60	174	19	18	27
III. OTROS	0												
TOTAL EXPORTACIONES	136.002	181.772	139.643	140.929	114.976	155.024	106.310	159.093	115.673	152.983	139.609	232.835	168.769

FUENTE: SUNAs. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Anexo 7 Exportaciones FOB por Grupos de Producto 1/ (MilesUS\$) 2010-2019

Piura Exportaciones FOB por Grupos de Producto 1/ (MilesUS\$) Enero 2010- Enero 2011

TIPO	2010												2011
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	80 829	116 252	64 765	89 556	65 669	81 194	70 382	121 075	68 511	101 253	64 759	123 231	69 744
Agrícolas	236	438	173	47	148	416	472	944	1 527	2 513	1 164	1 645	818
Pesqueros	6 483	8 482	10 215	2 351	3 144	6 789	25 931	23 346	14 688	5 667	1 333	2 573	7 829
Petróleo y derivados	74 109	107 331	54 377	87 158	62 378	73 139	43 683	96 786	52 295	91 167	62 262	118 028	59 279
Minería	0	0	0	0	0	849	296	0	0	1 906	0	985	1 817
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	55 174	65 520	74 878	51 373	49 306	73 830	35 927	38 018	47 162	51 730	74 850	109 604	99 025
Agropecuarios	35 085	29 079	18 028	9 559	8 749	10 761	8 436	9 343	9 719	14 962	34 872	53 323	47 800
Maderas y Papeles	12	10	10	2	0	10	1	0	5	0	1	8	0
Metal-mecánico	11	68	41	79	414	139	162	250	199	78	54	2	369
Minería No Metálica	142	192	177	815	862	765	821	3 169	12 368	10 913	15 269	15 099	13 986
Pesqueros	18 388	34 888	51 118	38 489	38 208	55 668	25 088	23 088	22 912	23 619	23 805	39 298	35 532
Químicos	715	550	4 280	1 473	204	5 144	712	593	925	677	48	408	323
Sidero-metalúrgico	1	1	0	1	5	2	0	0	0	128	0	0	11
Textil	809	724	1 214	948	857	1 294	701	1 484	975	1 179	781	1 446	978
Resto de Productos No Tradicionales	11	8	10	7	7	46	4	92	60	174	19	18	27
III. OTROS	0												
TOTAL EXPORTACIONES	136 002	181 772	139 643	140 929	114 976	155 024	106 310	159 093	115 673	152 983	139 609	232 835	168 769

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones FOB por Grupos de Producto 1/ (MilesUS\$) Enero 2011- Enero 2012

TIPO	2011												2012
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	70 526	78 386	24 012	79 662	110 799	125 888	172 313	120 232	62 353	58 386	18 837	160 382	91 004
Agrícolas	818	700	419	313	1 668	5 584	2 360	3 048	4 161	1 503	2 825	6 075	1 495
Pesqueros	8 539	14 536	10 098	3 862	12 249	14 458	22 094	12 963	8 262	4 901	5 983	6 309	19 921
Petróleo y derivados	59 352	63 151	13 495	75 487	96 882	105 846	147 859	104 221	49 930	51 982	10 029	146 878	69 587
Minería	1 817	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 120	0
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	99 302	106 224	104 740	92 486	81 283	86 135	94 836	103 354	97 661	85 899	118 426	141 473	124 428
Agropecuarios	48 353	41 202	26 636	15 284	12 342	10 690	9 559	11 694	13 789	19 552	56 973	62 650	47 902
Maderas y Papeles	5	0	0	5	11	9	3	3	14	25	21	12	6
Metal-mecánico	369	39	240	198	444	280	549	510	610	45	674	68	745
Minería No Metálica	14 135	17 643	16 621	16 150	10 994	19 953	17 825	23 985	28 028	21 874	25 688	32 529	33 465
Pesqueros	35 092	45 432	57 019	57 702	54 426	52 943	64 339	63 149	51 455	41 498	32 464	42 288	38 928
Químicos	333	744	2 871	2 278	1 300	1 561	1 962	1 883	2 875	2 040	1 941	2 846	2 602
Sidero-metalúrgico	11	41	0	0	5	14	3	107	29	86	12	0	4
Textil	978	1 105	1 208	838	1 714	620	574	1 712	631	613	581	916	740
Resto de Productos No Tradicionales	27	18	144	31	46	65	23	311	229	166	72	164	37
III. OTROS	0												
TOTAL EXPORTACIONES	169 828	184 611	128 752	172 148	192 081	212 023	267 149	223 586	160 014	144 285	137 262	301 855	215 432

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones FOB por Grupos de Producto 1/ (MilesUS\$) Enero 2012- Enero 2013

TIPO	2 012												2 013
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE
I. PRODUCTOS TRADICIONALES	99 007	67 561	147 472	123 860	79 219	91 236	92 426	97 677	124 794	129 261	153 494	100 191	100 676
Agrícolas	1 495	920	975	180	145	80	1 340	1 846	2 996	2 634	2 962	2 916	454
Pesqueros	19 921	18 499	22 483	21 305	7 678	15 772	14 426	42 459	8 282	19 778	14 935	10 524	12 346
Petróleo y derivados	69 587	48 142	124 014	102 376	71 396	75 384	76 659	53 372	113 517	106 849	134 759	84 745	83 679
Minería	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	837	2 006	4 197
II. PRODUCTOS NO TRADICIONALES	124 429	120 410	121 914	80 070	112 233	112 508	117 815	111 396	87 708	154 603	157 852	155 223	121 876
Agropecuarios	47 902	44 121	29 904	19 353	17 767	17 921	18 585	14 477	12 131	37 412	69 920	68 690	55 011
Maderas y Papeles	6	0	1	0	3	7	1 185	1 236	674	265	1	108	0
Metal-mecánico	745	28	260	379	2 443	2	10 095	7 617	6 794	29 918	61 753	63 435	48 337
Minería No Metálica	33 465	29 572	34 806	26 664	41 470	38 051	7 541	6 022	5 672	7 360	5 713	6 682	7 673
Pesqueros	38 928	42 687	52 292	30 276	44 886	50 345	5	0	0	0	0	1	0
Químicos	2 602	2 753	3 866	2 115	4 130	5 488	102	34	0	34	174	218	697
Sidero-metalúrgico	4	2	1	255	6	5	79	0	0	37	0	16	0
Textil	740	1 178	626	994	1 482	653	278	441	0	109	4	355	136
Resto de Productos No Tradicionales	37	69	159	34	46	37	89	146	112	155	180	143	161
III. OTROS	0	0	0	0	0	0	150	59	336	241	2 950	20 483	34 329
TOTAL EXPORTACIONES	223 436	187 971	269 386	203 930	191 452	203 745	210 241	209 073	212 503	283 864	311 346	255 414	222 552

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2013- Enero 2014

TIPO	2 013												2 014	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	101 163	95 323	120 643	140 314	106 454	105 204	64 418	122 194	94 906	136 218	119 165	67 536	86 250	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	450	725	285	300	277	778	1 597	1 797	1 915	1 762	1 300	2 731	960	Agropecuario
Minería	4 197	4 014	3 649	5 397	1 334	4 165	4 406	4 036	1 910	142	85	1 263	324	Minería
Pesquero	12 346	5 018	6 176	17 546	8 366	6 406	6 197	5 682	9 016	16 062	14 371	3 993	8 910	Pesquero
Petróleo y derivados	84 170	85 567	110 533	117 071	96 478	93 854	52 217	110 679	82 065	118 252	103 409	59 549	76 057	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	125 073	151 476	119 843	119 070	107 963	113 734	115 594	114 630	96 481	116 094	188 870	212 782	159 237	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	57 294	53 812	34 122	23 395	15 767	17 558	17 404	14 902	14 832	30 875	99 980	108 755	82 288	Agropecuario
Maderas y Papeles	2	13	0	0	3	0	6	0	3	5	3	9	11	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	1 651	304	1 401	2 959	335	3 566	320	563	291	916	147	342	1 053	Metal-mecánico
Minería No Metálica	28 146	37 105	36 584	39 714	31 645	26 440	40 385	37 839	27 533	35 959	36 995	43 424	24 101	Minería No Metálica
Pesquero	31 692	53 360	38 794	45 047	51 492	52 028	52 908	47 343	49 880	39 155	44 920	48 485	46 984	Pesquero
Químico	4 872	5 758	7 657	6 069	7 053	12 197	2 954	11 972	1 725	7 055	5 475	9 643	3 759	Químico
Resto de No Tradicionales	53	44	34	43	61	58	54	28	61	30	35	52	34	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	10	43	6	63	0	16	36	69	27	1	0	0	13	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	1 354	1 037	1 245	1 780	1 607	1 871	1 528	1 913	2 130	2 097	1 314	2 074	994	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	226 236	246 799	240 486	259 384	214 417	218 938	180 011	236 824	191 387	252 312	308 035	280 318	245 487	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2014- Enero 2015

TIPO	2 014												2 015	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	87.3	136.7	92.4	159.0	75.0	172.2	90.7	135.6	115.3	91.8	63.2	82.8	40.5	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	1.0	0.9	1.1	0.4	0.5	4.7	7.6	11.2	12.5	13.2	11.3	9.1	2.1	Agropecuario
Minería	0.4	0.2	0.1	0.5	0.2	0.1	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	Minería
Pesquero	9.3	10.0	18.6	3.6	19.4	5.0	6.7	15.3	5.0	8.2	10.2	9.4	6.4	Pesquero
Petróleo y derivados	76.6	125.6	72.5	154.4	54.8	162.4	76.4	109.0	97.8	70.4	41.7	64.2	31.5	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	162.6	146.0	166.6	115.1	106.7	107.8	93.7	120.7	99.9	142.8	190.8	190.3	154.1	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	84.3	51.0	37.9	24.0	21.1	16.6	15.8	18.2	22.3	59.4	111.9	99.3	78.8	Agropecuario
Maderas y Papeles	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	1.1	1.4	2.6	1.0	0.2	0.1	0.4	0.1	0.4	1.2	1.1	0.1	0.5	Metal-mecánico
Minería No Metálica	24.3	27.5	32.5	31.0	23.2	31.4	25.7	32.9	21.1	24.0	27.9	27.0	26.0	Minería No Metálica
Pesquero	48.0	61.5	79.6	55.4	57.1	47.1	48.0	60.4	53.1	55.0	46.7	60.5	46.9	Pesquero
Químico	3.8	2.4	12.8	1.6	3.3	11.7	2.5	7.0	1.2	1.5	1.3	1.3	0.7	Químico
Resto de No Tradicionales	0.0	0.3	0.1	0.0	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1	0.0	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	1.2	1.8	1.1	2.0	1.5	0.9	1.2	2.1	1.7	1.5	1.3	1.8	1.2	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	249.8	282.6	259.0	274.0	181.6	280.0	184.3	256.3	215.2	234.6	254.0	273.1	194.7	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2015- Enero 2016

TIPO	2 015												2 016	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	40.8	42.1	24.9	35.4	54.4	66.6	33.3	56.8	43.0	66.3	55.4	22.0	37.8	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	2.1	1.7	1.0	0.4	0.4	1.7	2.4	2.1	2.4	3.5	5.9	3.7	3.3	Agropecuario
Minería	0.6	0.7	1.0	0.2	0.5	0.6	0.5	0.4	0.6	0.5	0.5	0.0	0.8	Minería
Pesquero	6.4	7.3	6.7	5.4	3.1	8.4	12.8	7.5	12.7	13.2	12.2	6.0	6.0	Pesquero
Petróleo y derivados	31.7	32.5	16.2	29.4	50.4	55.9	17.7	46.8	27.4	49.1	36.9	12.4	27.8	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	160.9	168.0	142.4	102.1	119.7	96.2	105.1	73.5	112.1	142.5	205.7	196.2	164.5	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	85.7	60.7	49.2	23.3	21.0	20.7	18.7	17.9	29.9	65.8	127.7	128.6	89.8	Agropecuario
Maderas y Papeles	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	0.6	0.4	0.0	0.2	0.5	0.3	0.3	0.2	0.4	5.2	0.0	0.1	0.4	Metal-mecánico
Minería No Metálica	25.4	28.0	21.0	25.1	33.8	31.2	30.9	23.6	40.3	37.3	34.7	29.1	26.3	Minería No Metálica
Pesquero	47.4	74.6	68.3	51.1	59.1	41.3	45.7	28.2	32.6	30.1	31.9	35.2	36.0	Pesquero
Químico	0.7	3.5	2.9	1.5	4.3	1.6	7.9	2.6	7.2	2.7	10.2	1.6	10.9	Químico
Resto de No Tradicionales	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	1.2	0.8	1.1	0.9	0.9	1.1	1.5	1.0	1.5	0.9	1.0	1.5	1.0	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	201.7	210.1	167.4	137.5	174.1	162.7	138.4	130.3	155.1	208.7	261.1	218.2	202.3	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2016- Enero 2017

TIPO	2 016												2 017	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	37,8	24,6	44,5	19,1	50,3	20,5	25,3	23,9	54,6	31,6	41,7	51,4	40,4	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	3,3	2,9	2,4	0,7	0,1	0,1	0,5	2,0	4,1	5,5	6,0	3,0	7,1	Agropecuario
Minería	0,8	0,0	0,0	0,5	1,2	0,0	1,8	0,0	1,2	0,7	0,0	0,7	1,3	Minería
Pesquero	6,0	8,6	18,3	7,7	13,6	8,0	4,4	9,8	2,9	6,7	8,0	10,0	0,5	Pesquero
Petróleo y derivados	27,8	13,0	23,9	10,2	35,5	12,5	18,7	12,1	46,4	18,6	27,7	37,7	31,5	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	164,5	117,8	95,1	89,9	96,4	84,8	87,4	94,0	111,7	141,6	195,8	274,6	175,6	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	89,8	50,5	36,4	27,6	24,0	24,2	21,3	21,9	28,2	63,5	128,5	174,4	108,9	Agropecuario
Maderas y Papeles	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	0,4	0,0	0,5	0,2	0,0	0,1	0,0	1,1	0,2	0,2	0,7	0,0	0,1	Metal-mecánico
Minería No Metálica	26,3	28,6	25,2	24,5	29,0	23,0	25,6	24,8	27,1	25,8	22,9	30,7	18,3	Minería No Metálica
Pesquero	36,0	34,3	25,0	33,2	39,7	26,7	33,2	38,9	51,4	44,5	38,6	61,7	42,8	Pesquero
Químico	10,9	3,3	7,4	3,2	2,6	10,3	6,9	6,9	4,2	7,1	4,5	7,5	5,1	Químico
Resto de No Tradicionales	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	1,0	0,9	0,6	1,2	1,0	0,5	0,2	0,3	0,6	0,5	0,1	0,2	0,0	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	202,3	142,4	139,6	109,0	146,7	105,4	112,6	117,9	166,3	173,2	237,5	326,0	216,0	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2017- Enero 2018

TIPO	2 017												2 018	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	47,0	38,3	63,8	57,5	42,0	40,7	65,8	65,8	54,3	63,5	53,8	46,5	83,8	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	1,5	0,8	0,3	0,1	0,4	1,6	2,7	4,4	4,8	8,2	6,7	4,8	1,4	Agropecuario
Minería	0,5	0,7	0,9	0,0	1,6	0,8	2,0	2,0	2,5	2,5	2,5	2,7	3,5	Minería
Pesquero	14,1	19,1	19,6	15,9	13,0	18,6	22,7	21,4	10,4	11,7	9,5	2,2	3,8	Pesquero
Petróleo y derivados	31,0	17,5	43,1	41,5	27,1	19,7	38,4	38,0	36,5	41,1	35,1	36,8	75,1	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	177,7	132,7	110,6	62,6	97,4	134,0	82,4	95,5	75,9	104,7	154,7	223,3	189,8	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	110,4	60,3	36,6	23,6	24,2	23,6	18,6	21,8	21,5	51,4	96,9	151,2	116,9	Agropecuario
Maderas y Papeles	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	0,2	0,7	0,3	0,1	0,8	1,0	0,7	0,1	0,6	0,5	0,2	0,2	7,6	Metal-mecánico
Minería No Metálica	18,4	14,9	8,5	0,2	19,7	23,8	17,1	23,0	17,5	27,5	22,6	26,1	23,0	Minería No Metálica
Pesquero	43,3	53,3	60,1	35,2	48,9	77,3	44,4	41,3	28,5	22,5	26,9	41,3	37,4	Pesquero
Químico	5,3	3,4	4,3	3,5	3,5	8,3	1,5	9,3	7,4	2,5	8,0	4,4	4,4	Químico
Resto de No Tradicionales	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,3	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	0,0	0,0	0,7	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	224,7	170,9	174,4	120,2	139,4	174,7	148,2	161,3	130,2	168,2	208,5	269,8	273,5	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2018- Enero 2019

TIPO	2018												2019	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	84,1	35,5	63,6	34,0	54,6	69,7	65,5	107,7	54,5	75,9	39,1	60,6	57,8	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	1,4	2,1	0,5	0,4	0,4	0,1	1,5	1,3	2,2	2,6	3,1	3,5	0,9	Agropecuario
Minería	3,5	3,0	5,5	1,0	5,7	5,7	4,0	1,2	2,4	3,9	7,1	3,1	7,9	Minería
Pesquero	4,5	9,6	17,7	11,1	13,8	16,6	20,3	23,9	5,6	6,8	4,8	7,1	15,2	Pesquero
Petróleo y derivados	74,7	20,8	39,9	21,6	34,8	47,3	39,7	81,3	44,2	62,6	24,1	46,9	33,7	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	192,4	167,0	169,9	157,4	161,2	176,6	142,8	101,6	96,8	141,2	215,1	251,7	203,5	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	119,1	86,6	54,0	34,4	29,9	23,1	22,0	20,8	28,0	90,0	150,1	184,5	133,7	Agropecuario
Maderas y Papeles	0,1	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	7,6	0,3	0,3	0,1	0,1	14,0	0,6	0,1	0,3	0,2	0,4	0,6	0,1	Metal-mecánico
Minería No Metálica	22,9	13,2	24,3	22,5	18,3	20,2	26,1	18,6	24,9	13,5	21,9	24,8	18,8	Minería No Metálica
Pesquero	37,6	58,5	87,3	88,2	106,9	113,2	90,6	52,7	42,0	32,3	33,5	29,1	48,7	Pesquero
Químico	4,7	8,4	3,8	12,0	6,0	6,0	3,3	9,2	1,5	5,1	8,9	12,6	2,0	Químico
Resto de No Tradicionales	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,0	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	276,4	202,5	233,4	191,5	215,8	246,4	208,3	209,2	151,3	217,1	254,3	312,3	261,3	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos

Piura Exportaciones por Tipo de Producto 1/ (Miles de US\$ FOB) Enero 2019- Enero 2020

TIPO	2 019												2 020	TIPO
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	
I. Productos Tradicionales	57,9	54,2	80,4	58,1	66,3	62,2	69,2	46,1	81,6	68,1	56,4	50,2	69,7	I. Productos Tradicionales
Agropecuario	0,9	0,9	0,7	0,2	0,3	0,1	0,8	1,1	1,8	1,6	2,7	1,5	2,1	Agropecuario
Minería	7,9	4,0	10,1	6,7	7,4	6,8	11,6	8,9	7,8	7,6	10,9	0,0	5,8	Minería
Pesquero	15,4	12,8	10,1	9,7	14,8	10,3	19,7	6,4	15,4	28,5	28,0	8,6	6,3	Pesquero
Petróleo y derivados	33,7	36,6	59,5	41,5	43,7	45,0	37,1	29,7	56,6	30,4	14,8	40,2	55,6	Petróleo y derivados
II. Productos No tradicionales	203,7	172,0	194,8	169,6	120,9	156,1	169,2	142,0	174,5	201,3	248,0	293,1	236,2	II. Productos No tradicionales
Agropecuario	133,9	69,1	56,4	31,2	24,9	23,6	24,1	23,0	36,3	95,9	155,2	199,0	157,4	Agropecuario
Maderas y Papeles	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	Maderas y Papeles
Metal-mecánico	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1	0,5	0,3	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1	0,4	Metal-mecánico
Minería No Metálica	18,8	16,1	17,9	29,6	24,9	23,5	29,0	16,9	25,8	25,4	16,3	16,5	20,0	Minería No Metálica
Pesquero	48,7	79,0	115,1	105,5	59,0	96,5	101,8	89,9	98,0	68,9	62,9	71,8	47,2	Pesquero
Químico	2,0	7,5	4,9	2,6	11,9	11,9	13,8	11,6	14,1	10,7	13,3	5,3	11,0	Químico
Resto de No Tradicionales	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	Resto de No Tradicionales
Sidero-Metalúrgico y Joyería	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1	0,1	Sidero-Metalúrgico y Joyería
Textil	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Textil
TOTAL EXPORTACIONES	261,6	226,2	275,2	227,7	187,2	218,2	238,4	188,1	256,0	269,4	304,4	343,3	305,9	TOTAL EXPORTACIONES

FUENTE: SUNas. www.sunas.gob.pe

ELABORACIÓN: BCRP, Sede Regional Piura, Departamento de Estudios Económicos