



**UNIVERSITAT DE
BARCELONA**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

MÁSTER EN COMERCIO Y FINANZAS

INTERNACIONALES

TESINA:

**“LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PROGRAMA SIERRA
EXPORTADORA Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES
DE LA SIERRA DE ANCASH EN EL PERIODO 2013 - 2017”**

AUTORA: SUSAN GIANINA INCHICAQUI RAMÍREZ

ASESORA: MAG. GEMMA LLAURADÓ I PLANA

BARCELONA – ESPAÑA

2019

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
ABSTRACT	10
CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 Descripción, Planteamiento del Problema.....	13
1.1.1 Descripción y Planteamiento del Problema	13
1.2 Objetivos.....	15
1.2.1 Objetivo general	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	16
1.3 Justificación	16
1.3.1 General	16
1.3.2 Económica.....	16
1.3.3 Social.....	17
1.3.4 Académica.....	17
1.4 Hipótesis	18
1.4.1 Hipótesis general:	18
1.4.2 Hipótesis específicas:	18
CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL.....	19
2.1 Antecedentes.....	19
2.1.1 Sobre la tesis.....	19
2.1.2 Sobre programas de fomento similares	22
2.1.2.1..... Instituto de Comercio Exterior (ICEX) – España	22
2.1.2.2 Germany Trade and Invest GTAI – Alemania.....	23
2.1.2.3 Dirección General de Promoción de Exportaciones (ProChile) – Chile	25
2.1.2.4 ProColombia – Colombia.....	26
2.2 Marco teórico.....	28
2.2.1 Exportación	28
2.2.1.1 Evolución de las políticas comerciales entre 1435 y 2017	28
2.2.1.2 Evolución de la exportaciones del Perú	31
2.2.1.3 Evolución de la exportaciones no tradicionales.....	31

2.2.1.4 Destino de las exportaciones y principales socios comerciales de Ancash.....	32
2.2.1.5 Perspectiva de las exportaciones.....	33
2.2.2 Producción y exportación de la sierra de Ancash	33
2.2.2.1 Productos.....	33
2.2.2.2 Socios comerciales y principales destinos	34
2.2.3 Programa Sierra y Selva exportadora.....	35
2.2.3.1 Misión, visión y objetivos institucionales.....	35
2.2.3.2 Líneas de acción.....	38
2.2.3.3 Acciones estratégicas	39
2.2.3.4 El Programa sierra exportadora en Ancash.....	40
2.2.4 Comercio internacional	41
2.3 Marco legal	42
2.3.1.1 Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas	42
2.3.2 Acuerdos comerciales	44
2.3.2.1 Comunidad Andina (CAN)	44
2.3.2.2 Asociación latinoamericana de Integración (ALADI).....	45
2.3.3.3 Acuerdo de Libre Comercio con Singapur.....	47
2.3.3.4 Tratado de Libre Comercio con China.....	47
2.3.3.5 Acuerdo de Libre Comercio entre el Perú y Corea del Sur.....	48
2.3.3.6 Acuerdo Comercial entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).....	48
CAPÍTULO III	50
METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN	50
3.1 Diseño de la investigación	50
3.2 Población y muestra.....	50
3.2.1 Población:.....	50
3.2.2 Muestra:.....	51
3.3 Variables de estudio.....	51
3.3.1 Variable independiente:.....	51
3.3.2 Variable dependiente:.....	51
3.4 Formulación de la hipótesis y modelo econométrico	52
3.5 Fuentes, instrumentos y técnicas de recopilación de datos.....	52
3.6 Procesamiento de datos.....	53
3.7 Análisis e interpretación de las informaciones	53
CAPÍTULO IV RESULTADOS	54
4.1 Presentación de datos generales.....	54

4.1.1 Evolución de las exportaciones totales de Ancash.....	54
4.1.2 Principales productos no tradicionales agrícolas exportados.....	55
4.1.3 Sobre los resultados obtenidos por el Programa Sierra Exportadora en Ancash.....	57
4.1.3.1 Sobre las ventas de Ancash.....	57
4.1.3.2 Sobre el volumen de ventas de Ancash.....	57
4.1.3.3 Sobre la cuota de mercado.....	58
4.1.3.4 Sobre los planes de negocio implementados.....	58
4.1.3.5 Sobre la asistencia técnica.....	59
4.2 Presentación y análisis de datos relacionado con cada objetivo de investigación	60
4.2.1 Análisis del volumen de ventas y la gestión comercial del Programa Sierra Exportadora.....	60
4.2.2 Análisis de la asistencia técnica del Programa en el valor de las exportaciones.....	62
4.2.3 Análisis de la incidencia de los Proyectos productivos en la cuota de comercio exterior.....	63
4.3 Interpretación y discusión de resultados, según cada una de las hipótesis.....	64
CAPÍTULO V CONCLUSIONES.....	68
5.1 Conclusión general.....	68
5.2 Conclusiones específicas.....	69
5.2.1 Primera conclusión específica.....	69
5.2.2 Segunda conclusión específica.....	69
CAPÍTULO VI.....	71
RECOMENDACIONES.....	71
6.1. Recomendación general.....	71
6.2. Recomendaciones específicas.....	71
6.2.1. Primera recomendación específica.....	71
6.2.2. Segunda recomendación específica.....	72
6.2.3. Tercera recomendación específica.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS.....	i

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

➤ **Tablas**

Tabla 1 Exportaciones por grupo de productos.....	30
Tabla 2 Principales productos exportados.....	34
Tabla 3 Exportaciones anuales de Ancash	55
Tabla 4 Productos no tradicionales exportados por Ancash.....	56
Tabla 5 Ventas gestionadas por el Programa	57
Tabla 6 Volumen de las exportaciones no tradicionales de Ancash	58
Tabla 7 Participación de Ancash en las exportaciones nacionales.....	58
Tabla 8 Planes de negocio desarrollados en Ancash.....	59
Tabla 9 Resultados de la asistencia técnica.....	60
Tabla 10 VALOR DE LAS EXPORTACIONES	63

➤ **Gráficos**

Gráfico 1 Exportaciones tradicionales vs Exportaciones no tradicionales.....	31
Gráfico 2 Evolución de las exportaciones no tradicionales.....	32
Gráfico 3 VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES	61
Gráfico 4 RESULTADOS DE LA ASISTENCIA TÉCNICA.....	62
Gráfico 5 PROYECTOS VS CUOTA DE COMERCIO EXTERIOR.....	64

DEDICATORIA

A Dios por la vida, por llevarme por sus sabios caminos, a mi madre por haberlo dado todo por mí y a todas esas personas que desde dónde están y aun desde la eternidad me ven y se alegran por cada paso que doy.

AGRADECIMIENTOS

A Emilio Chacón Hernández, Coordinador del Máster, por su apoyo incondicional en todo momento y proceso en el desarrollo del máster.

A la Profesora Gemma Llauradó i Plana, por su guía durante el desarrollo de la presente investigación, aportando diversas opiniones y sugerencias correctivas y constructivas.

A los funcionarios del Programa Sierra y Selva Exportadora: Susana María Del Aguila Bracamonte, Felipe César Meza Millán, Félix Valverde Orches, Julio César Sipán Velásquez y Marco Aurelio Rebaza Vigo, por todo el apoyo brindado, así como por el envío de toda la información solicitada.

Al Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo, por creer en mí y haberme dado la oportunidad de poder cursar este Máster.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA Y SU INCIDENCIA EN LAS EXPORTACIONES DE LA SIERRA DE ANCASH EN EL PERIODO 2013 - 2017”, nace con el propósito de evaluar las estrategias emprendidas por el Programa Sierra Exportadora del Ministerio de Turismo y Comercio Exterior de la República del Perú, quien tiene como misión y objetivos incrementar el volumen de las exportaciones de estas empresas, y la incidencias que estas tienen en el desarrollo de la actividad exportadora específicamente de la región Ancash.

La República del Perú está organizada territorialmente en 24 gobiernos regionales, cada una de ellas goza de cierta autonomía administrativa para poder presupuestar y ejecutar diversos proyectos en el gasto público, en esta investigación nos centraremos en la región Ancash; desde un punto de vista económico la región Ancash es muy rica, ya que ella alberga a grandes empresas mineras auríferas y cupríferas, dichas empresas pagan un monto bastante significativo de impuesto sobre la renta, y una parte de este impuesto que es llamado Canon Minero el cual es destinado directamente a las regiones donde desarrollan sus actividades de extracción dichas empresas mineras; dicho monto para el año 2013 fue de más de mil millones de dólares.

Pero si constatamos la realidad, podemos observar que económica y socialmente es una región pobre, ya que ocupa el tercer lugar en pobreza extrema de toda la nación con una tasa del 23%, es decir que hay muchas personas que viven con menos de US\$ 1.25 al día, siendo una de las regiones más ricas por el envío de dicho canon minero, resulta paradójica dicha situación, ya que existen apoyos económicos por parte del gobierno regional hacia la población local, pero a la hora de la verdad no parecen atacar el problema real y la pobreza sigue persistiendo.

Ancash es una región que históricamente se ha destacado por la producción y exportación de la zona costera (exportaciones tradicionales, es decir productos marinos), pero en la zona sierra las únicas exportaciones relevantes y con gran fuerza son las mineras; por ello es por lo que nace el Programa Sierra Exportadora para impulsar las exportaciones no tradicionales, es decir incrementar la productividad y diversificación de los bienes y/o servicios producidos en la Región Andina Peruana, y promover su exportación.

El Programa Sierra Exportadora es un organismo público, y tiene el objetivo que mediante la inclusión en la vida comercial de los pobladores de la región andina estos tengan mejores y mayores oportunidades para lograr el crecimiento económico familiar y por ende de sus regiones mediante la exportación.

Desde mi perspectiva la única forma en que estos niveles de pobreza sean disminuidos es que las familias tengan ingresos producto del desarrollo de la exportación de bienes, porque a la fecha perciben ingresos como ayudas del gobierno, pero debemos de pensar a futuro, toda reserva minera se agota, y cuando llegue dicho momento el gobierno regional y local no van a poder seguir brindando dichas ayudas económicas, y será una crisis aun peor de la que se vive actualmente, pues sin la gallina de los huevos de oro que es la minería la pobreza aumentará.

Es por ello que el trabajo de investigación que se presenta a continuación tiene como objetivo valorar cuál ha sido el impacto de las acciones estratégicas desarrolladas por el Programa Sierra Exportadora en las exportaciones de las empresas de la región Ancash, pues del éxito de dichas acciones depende el futuro de muchas personas, depende el bienestar y desarrollo económico no solo de la región sino del país.

Palabras clave: Sierra exportadora, Comercio internacional, exportaciones, Ancash – Perú.

ABSTRACT

This research entitled “THE STRATEGIC ACTIONS OF THE PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA AND ITS INCIDENCE IN THE EXPORTS OF THE SIERRA DE ANCASH IN THE PERIOD 2013 - 2017”, this Program was born with the purpose of evaluating the strategies undertaken by the Sierra Exporting Program of the Ministry of Tourism and Foreign Trade of the Republic of Peru, whose mission and objectives are to increase the volume of exports of these companies, and their impact on the development of export activity specifically in the Ancash region.

The Republic of Peru is territorially organized in 24 regional governments, each of them enjoys some administrative autonomy to be able to budget and execute various projects in public spending, in this investigation we will focus on the Ancash region; from an economic point of view the Ancash region is very rich, since it houses large gold and copper mining companies, these companies pay a fairly significant amount of income tax, and a part of this tax that is called Canon Mining the which is destined directly to the regions where these mining companies carry out their mining activities; This amount for 2013 was more than one billion dollars.

But if we verify the reality, we can observe that economically and socially it is a poor region, since it occupies the third place in extreme poverty of the whole nation with a rate of 23%, that is to say that there are many people living with less than US \$ 1.25 a day,

being one of the richest regions by sending said mining canon, this situation is paradoxical, since there are economic support from the regional government towards the local population, but at the time of truth they do not seem to attack the real problem and poverty continues to persist.

Ancash is a region that has historically stood out for the production and export of the coastal zone (traditional exports, that is to say marine products), but in the Sierra area the only relevant exports and with great force are mining; That is why the Sierra Exportadora Program was born to boost non-traditional exports, that is, to increase the productivity and diversification of the goods and / or services produced in the Peruvian Andean Region, and to promote their export.

The Sierra Exportadora Program is a public body, and it has the objective that through the inclusion in the commercial life of the inhabitants of the Andean region they have better and greater opportunities to achieve family economic growth and therefore their regions through export.

From my perspective, the only way in which these levels of poverty are diminished is that the families have income as a result of the development of the export of goods, because to date they receive income as government aid, but we must think in the future, all mining reserves It is exhausted, and when that moment comes the regional and local government will not be able to continue providing such economic aid, and it will be an even worse crisis than what is currently happening, because without the hen of the golden eggs that is mining the Poverty will increase.

That is why the research work presented below aims to assess what has been the impact of the strategic actions developed by the Sierra Exporting Program on the exports of companies in the Ancash region, because the success of these actions depends The future

of many people depends on the well-being and economic development not only of the region but of the country.

Keywords: Sierra exportadora, Comercio internacional, exportaciones, Ancash – Perú.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción, Planteamiento del Problema

1.1.1 Descripción y Planteamiento del Problema

Cada vez se hace más evidente que vivimos en una nueva época, en un nuevo mundo, donde la forma de desarrollo de las naciones ha cambiado drásticamente; hace más de dos siglos se hizo indiscutible que el desarrollo e intercambio de bienes y servicios ya no estaba limitado solo a los territorios de los propios países donde se desarrollaban o producían, sino que estos podían ser exportados a distintas regiones del planeta; entre los pioneros de este tipo de transacciones tenemos a Europa y Estados Unidos, que vieron que desarrollar este tipo de actividades a un ámbito internacional era muy provechoso para sus propios fines, es por ello que estas regiones en específico han ido creciendo inmensurablemente hasta ser hoy en día una de las zonas donde hay más crecimiento y desarrollo económico, así como social de sus poblaciones.

A contraparte de todo ello en Perú se vive una situación distinta a la anteriormente descrita, el Perú se ha concentrado en desarrollar el modelo de la ventaja comparativa, es decir ser un país dedicado a la extracción de recursos naturales, por la ingente cantidad de ellos que este posee y solo se

dedica a facilitar a las empresas transnacionales a la extracción de estos, dichas explotaciones y posteriormente exportaciones son conocidas con el nombre de exportaciones tradicionales, estas representan un 85% del total de la exportación que este país realiza.

Según esto el Perú sería un país muy rico como Canadá, Noruega o Alemania, países donde es conocido que explotan abiertamente sus recursos naturales y saben aprovechar las regalías que generan las mismas y por ende el crecimiento y desarrollo económico de las mismas crece a un buen ritmo y sostenidamente; pero la realidad es completamente diferente, en el Perú existe un 25.8% y casi un 3% de la población viven en pobreza y extrema pobreza respectivamente en el 2018.

La mayor parte de esta población vive en regiones distintas a las regiones costeras, donde se desarrollan casi la totalidad de actividades comerciales y productivas del país; estas personas viven en espacios donde hay una ingente cantidad de recursos naturales (tierras, agua, climas, etc.) pero no tienen ninguna forma de poder explotarlos y/o desarrollar actividades económicas; todo ello estimulado por el propio gobierno quien tomando medidas populistas reparte una cierta cantidad de dinero a estas personas para que estas familias puedan de alguna manera sustentarse, claro está que este dinero depende de las regalías mineras que recibe el estado por la explotación de oro y cobre, pero dichos apoyos del estado poco o nada están haciendo por esta población, pues desde el 2001 a la fecha el porcentaje de pobreza de estas regiones solo ha disminuido un 2%, en un futuro habría que plantearse que se podría hacer en el caso que las reservas mineras se acabaran y el estado no tenga ingresos suficientes para poder dar este tipo de ayudas, o como en la

actualidad en la región de Arequipa hay un fuerte movimiento social que esta en contra de que se establezcan más empresas mineras, ya que según ellos denuncian esta actividad contamina los ríos y tierra donde estos desarrollan sus actividades agrícolas.

Es por ello, que nace el Programa Sierra y Selva Exportadora, dicho programa fue creado en el gobierno de Alan García Pérez en el 2006, ya que sabiendo que estas regiones tienen los recursos naturales y recursos humanos necesarios para desarrollar actividades comerciales enfocadas en exportación, buscan fomentar e iniciar el emprendimiento de estos pueblos.

Por estas razones es que se decide estudiar las acciones estratégicas que este programa está tomando para el crecimiento y desarrollo económico de estas poblaciones, se hace necesario saber cual es la incidencia de las acciones estratégicas dentro de las exportaciones que desarrollan estas poblaciones, pues si estas personas logran exportar sus productos, es indubitable que su calidad de vida aumentara y por ende el crecimiento económico del país y hará que los niveles de pobreza bajen aun más, pero con un buen sustento que es el comercio internacional.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar como las acciones estratégicas del Programa Sierra Exportadora inciden en las exportaciones de la sierra de Ancash con relación a un marco teórico referencial a fin de tener bases consistentes que permitan formular recomendaciones necesarias.

1.2.2 Objetivos específicos

- Demostrar que la gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora incide en el incremento Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash.
- Explicar de qué modo la Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna propuesta a los productores de Ancash por el Programa Sierra Exportadora contribuye al incremento del valor de las exportaciones de la Región Ancash.
- Exponer como los Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash ofrecidos por el Programa Sierra Exportadora contribuyen al incremento Cuota de comercio exterior.

1.3 Justificación

1.3.1 General

El presente trabajo de investigación se justifica ya que busca evaluar la incidencia real de las acciones estratégicas del Programa Sierra Exportadora en la exportación de productos no tradicionales, así como la variación en los niveles de exportación de estos productos en la región Ancash, pues este Programa de fomento fue creado para impulsar la oferta exportable de las regiones altoandinas.

1.3.2 Económica

Actualmente las exportaciones no tradicionales del Perú están en constante crecimiento, es por ello que las acciones estratégicas adecuadas y eficientes de este Programa repercuten a nivel nacional, pues hay que tener en cuenta

que las exportaciones están relacionadas a la PIB per cápita, y las economías de escala que propician la reducción de costos de producción y por ende generan que los productos se vuelvan más competitivos, lo que finalmente tendrán repercusiones en el empleo, ingresos y bienestar, no solo de las personas implicadas sino de toda la nación.

1.3.3 Social

Es fundamental que las acciones estratégicas del Programa Sierra Exportadora sean eficientes para que la oferta exportable que ofrecen las zonas altoandinas se incremente aún más, todo esto con la finalidad de satisfacer las expectativas tanto del gobierno como de los productores de la sierra y selva.

Pues al incrementar la exportación de estas zonas, la población que directa e indirectamente se beneficia de esta actividad va a poder mejorar sus niveles de vida, así como el desarrollo económico de estos, lo cual impactara a nivel microeconómico y muchas de estas familias puedan salir de las condiciones de pobreza y pobreza extrema con un buen sector productivo por medio de las exportaciones.

1.3.4 Académica

Con al presente investigación pretendo evaluar el grado de importancia del programa Sierra Exportadora para incentivar las exportaciones, lo cual permitirá diseñar políticas más eficientes que contribuyan al aumento de las exportaciones de productos no tradicionales de Ancash. De la misma forma que los pequeños productores tomen conciencia de toda la capacidad de exportación que tienen y que disponen de los programas de desarrollo para la exportación

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general:

¿Las Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora incide positivamente en el incremento de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?

1.4.2 Hipótesis específicas:

- a) ¿La Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora incide en el incremento Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash en los periodos 2013 – 2017?
- b) ¿La Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna propuesta a los productores de Ancash por el Programa Sierra Exportadora contribuye al incremento del valor de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?
- c) ¿Los Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash ofrecidos por el Programa Sierra Exportadora contribuyen al incremento Cuota de comercio exterior generado en la sierra ancashina en los periodos 2013 – 2017?

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

En la literatura económica, la conexión entre el comercio internacional y las políticas económicas no es tan precisa, pero hay ciertas fuentes que la entrelazan. Ciertas políticas no han surtido efectos, ya sea que las propusieron como medidas populistas o por que la situación que se dio de esa forma, sin embargo experiencias como las economías de Sudeste y Este Asiático, han mostrado fuertes tasas de expansión, que se basaron en políticas de orientación hacia afuera y acelerado incremento de comercio internacional.

2.1.1 Sobre la tesis

Sobre ello continuación citaremos algunos de los estudios anteriormente desarrollados, sobre las exportaciones no tradicionales y las incidencias de estas

- (HERNÁNDEZ, 2005), en su tesis evalúan las relaciones existentes entre el nivel de las exportaciones no tradicionales colombianas totales y por socios comerciales, desarrolla el análisis de cointegración multivariado sobre las exportaciones colombianas, el cual examina la existencia de una relación de largo plazo entre las exportaciones menores, la demanda externa y los precios relativos; y concluye que

estas encuentran una mayor sensibilidad de las exportaciones no tradicionales a la demanda externa que a los precios. La elasticidad ingreso de la demanda de exportaciones no tradicionales trimestrales a Estados Unidos oscila entre 5.9 y 6.2 según se tome el índice de tasa de cambio real con IPC o IPP respectivamente.

Aparte de ello analiza el impulso respuesta a un horizonte de un año para Venezuela y sugiere que la mínima elasticidad precio sería de 1.2, caso de las exportaciones no tradicionales industriales y que estas dependen cada vez más de los precios internacionales que sobre el mercado en general.

- (CORREA, 2004) en su trabajo sobre determinantes estructurales de la inestabilidad de las exportaciones, describe el fenómeno de la concentración de las exportaciones por productos y por destinos y con la participación de Misas, Ramírez y Silva (2001), en un estudio sobre los determinantes de las exportaciones no tradicionales de Colombia, estima una función de demanda de exportaciones no tradicionales en Colombia utilizando análisis multivariado de cointegración, el objetivo de dicho estudio era examinar la existencia de una relación de largo plazo entre las exportaciones menores, la demanda externa y los precios relativos, y la variabilidad de la tasa de cambio real.
- (MISAS A, RAMÍREZ G, & SILVA E, 2001), confirma la existencia de una relación de largo plazo entre las exportaciones no tradicionales, los precios relativos y la demanda externa, donde demanda mundial es aproximadamente el doble de la elasticidad precio de estos productos. Así, las exportaciones menores de Colombia se ven considerablemente

afectadas por cambios en el ingreso externo, asimismo no encuentra relaciones de largo plazo en relación con la variabilidad de la tasa de cambio.

- (ALONSO & PATIÑO, 2007) en el trabajo de Crecer para exportar o exportar para crecer, estudian las relaciones existentes entre PIB regional y exportaciones totales de la región, incluye como variables la producción y las exportaciones departamentales y dos variables de control: producción nacional y tasa de cambio real. En uno de los ejercicios desarrollados para la economía del Valle del Cauca, se encontró que la relación causal va de crecimiento a exportaciones y no en el sentido contrario.
- (CCENCHO LIMA & MARTINEZ CHANCA, 2011) hacen un estudio de análisis empírico que demuestra que el programa Sierra Exportadora implantado como política para salir de la extrema pobreza en la región Junín no ha tenido influencia en las exportaciones de productos no tradicionales, así como con datos estadísticos y el modelo econométrico nos demuestran claramente que las exportaciones de productos no tradicionales en la región Junín no han venido incrementándose tal como se esperaba como efecto del programa sierra exportadora.
- (CHIPANA VALLEJOS & VELARDE PACHAS, 2017) señalan que el sector agroindustrial ha ido creciendo a través de los años, contribuyendo a la economía del país, gracias al incremento de las exportaciones de productos agrícolas, desempeñando una función fundamental en la creación de ingresos y oportunidades de empleo.

2.1.2 Sobre programas de fomento similares

A continuación, se citan los principales programas de fomento tanto a nivel regional, así como de otros continentes:

2.1.2.1 Instituto de Comercio Exterior (ICEX) – España

El ICEX es una entidad pública española de corte empresarial cuyo fin principal es la promoción de la internacionalización de la economía y de las empresas españolas, dedicada a la mejora de su competitividad, así como la atracción y la promoción de las inversiones extranjeras en España.

ICEX trabaja de la mano con las principales organizaciones empresariales de España, Cámaras de Comercio y agrupaciones sectoriales que conforman la actividad empresarial española, para identificar las necesidades de internacionalización de las PYMES españolas y desarrollar estrategias que permitan su consolidación en los mercados internacionales. Para el desarrollo de sus actividades se ciñe a objetivos principales y estos a su vez se subdividen en objetivos intermedios, los cuales se citan a continuación¹:

- Incrementar el número de empresas que exportan regularmente y el valor de sus ingresos internacionales
- Diversificar mercados, aprovechando oportunidades de los mercados electrónicos.
- Reforzar el valor añadido de las exportaciones.
- Atraer inversión extranjera directa, con empleo de calidad.

¹ Instituto de Comercio Exterior. (2019). ICEX España. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de <https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=DAX2014280485&site=icexES>

- Formar personas y captar talento para una internacionalización sostenible.
- Mejorar la gestión interna: ICEX integrado, cohesionado, digital y sostenible.

Así como las principales ayudas que desarrolla para lograr dichos objetivos son:

- Asesorar en estrategias para aquellas empresas que busquen iniciarse en la exportación. Para ello, el ICEX proporcionará asistencia en la elaboración de un plan estratégico.
- Brindar herramientas online para los trámites y documentación necesarios en las aduanas y exportación.
- Ayudar a promocionar empresas en el extranjero: Ferias internacionales, misiones comerciales y campañas de promoción y publicidad.
- Fomentar la participación de las empresas españolas en la adjudicación de contratos internacionales.
- Poner en contacto a las empresas españolas con las grandes cadenas y grupos de distribución tanto en Europa como en Estados Unidos.
- Organizar foros y encuentros de cooperación empresarial.
- Asesorar y formar a las empresas en inversiones, costes e internacionalización.

2.1.2.2 Germany Trade and Invest GTAI – Alemania

Los servicios de promoción de exportaciones del Ministerio de Asuntos Económicos ayudan a las pequeñas y medianas empresas a

desarrollar nuevos mercados en el extranjero. El programa atiende a las industrias con visión de futuro como la energía, la tecnología ambiental, la atención médica y la seguridad civil, pero también a las industrias más tradicionales.²

Los servicios adicionales, como el programa de ferias de comercio exterior, la información sobre mercados extranjeros brindada por Germany Trade & Invest (GTAI). Las iniciativas de exportación y los programas de entrada al mercado se dividen en módulos que pueden usarse por separado y combinarse entre sí.

Para competir con éxito internacionalmente, el sector de las PYME orientadas a la exportación de Alemania tiene que conocer sus mercados y las regulaciones y características de importación del país objetivo.

LA GTAI analiza las últimas tendencias y desarrollos en todos los mercados de crecimiento estratégico, permitiendo presentar los conocimientos básicos para la planificación e implementación de negocios extranjeros en mercados importantes para la comparación de mercados. Los acontecimientos y acontecimientos relevantes para el comercio exterior se evalúan a corto plazo cuando sea necesario.

Además de información sobre el mercado y la industria, GTAI también ofrece información sobre cómo abrir nuevos mercados³.

² FEDERAL MINISTRY FOR ECONOMIC AFFAIRS AND ENERGY GERMANY. (2019). Recuperado el 21 de 05 de 2019, de <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/export-initiatives.html>

³ GERMANY TRADE & INVEST. (2019). Recuperado el 13 de 05 de 2019, de <https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Meta/About-us/What-we-do/export-promotion.html>

2.1.2.3 Dirección General de Promoción de Exportaciones (ProChile) – Chile

Es la institución perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, quien se encarga de la promoción de la oferta exportable de bienes y servicios chilenos, y de contribuir al desarrollo de dicho país, mediante la internacionalización de sus empresas, la promoción de la imagen país, de la inversión extranjera y del turismo⁴.

ProChile tiene como objetivo contribuir al incremento y diversificación de las exportaciones de productos y servicios - especialmente los no tradicionales, generando conocimiento de mercado y apoyando a la gestión comercial.

En este contexto, los objetivos de ProChile se pueden desglosar en los siguientes⁵:

- Promover las exportaciones de bienes y servicios de manera de ayudar a su incremento sostenido y diversificación en productos, empresas y mercados.
- Contribuir a mejorar la competitividad de las empresas y promover la ampliación, profundización y consolidación de la base exportadora.
- Apoyar la generación de conocimiento de los mercados externos y del proceso exportador.

⁴ ProChile. (2012). Recuperado el 12 de 05 de 2019, de <https://www.prochile.gob.cl/landing/quienes-somos>

⁵ Ibañez Elcano, C. (10 de 2001). Recuperado el 15 de 06 de 2019, de [http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dd135be5a5f280eb03256af600627c83/c21ad3ebf6947e2703256af600629787/\\$FILE/Chile1.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dd135be5a5f280eb03256af600627c83/c21ad3ebf6947e2703256af600629787/$FILE/Chile1.doc)

- Estimular, en estrecha coordinación con los demás organismos de fomento productivo, el desarrollo de la oferta exportable y el ajuste de la oferta disponible a los patrones de calidad, precio y tiempo de servicio, de acuerdo a las oportunidades presentes en los mercados, enfatizando en el desarrollo de productos de alto valor agregado.
- Impulsar alianzas estratégicas entre empresas nacionales, y entre empresas nacionales y extranjeras, con el fin de mejorar la competitividad de los productos y servicios chilenos y su grado de posicionamiento en los mercados de destino.
- Promover la inversión extranjera en Chile e inversión local en el exterior, de manera de ayudar a su aumento y diversificación, como soporte de alianzas estratégicas y transferencias tecnológicas entre empresas.
- Posicionar al país en el contexto mundial como proveedor confiable de bienes y servicios de alta calidad, valor agregado y de producción compatible con las normas ambientales.

2.1.2.4 ProColombia – Colombia

Este programa se dedica a la promoción de la exportaciones de bienes no minero energéticos y servicios en mercados con potencial, la expansión de las empresas colombianas, la atracción de inversión extranjera directa a Colombia, el posicionamiento del país como destino turístico de vacaciones y reuniones y Marca País⁶.

⁶ Gobierno de Colombia. (2019). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de <http://www.procolombia.co/nosotros/conozca-procolombia>

Entre las principales acciones que desarrolla este programa encontramos que, a través de su red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios⁷. Teniendo en cuenta lo anterior, los objetivos de ProColombia son:

- Identificación de oportunidades de mercado.
- Diseño de estrategias de penetración de mercados.
- Internacionalización de las empresas.
- Acompañamiento en el diseño de planes de acción.
- Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional.
- Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.
- Alianzas con entidades nacionales e internacionales, privadas y públicas, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios.

⁷ Gobierno de Colombia. (2019). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de <http://www.procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

2.2 Marco teórico

2.2.1 Exportación

Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en un territorio extranjero, que son necesarios en las diversas actividades productivas o de servicios del país de destino.

Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización⁸.

2.2.1.1 Evolución de las políticas comerciales entre 1435 y 2017

a) Época de la colonia

Si podemos hablar de las exportaciones peruanas debemos de quizás remontarnos al a época de la conquista española, como colonia siempre existió un intercambio económico con la corona, era la época mercantilista en la cual las exportaciones estaban muy controlas por el Monopolio comercial, es decir que las colonias solo podían comerciar con la Metrópoli (Reino de España) y solo se podía hacer intercambios con esta. Se intercambiaban materias primas por productos manufacturados, además de ello se le prohibió a las colonias realizar manufacturas que compitieran con la metrópoli y comerciar con otras colonias o países.

b) Época de la posindependencia

Posteriormente a la Independencia las exportaciones se liberalizaron, ahora Perú era un país libre de comerciar sus

⁸ MONTES DE OCA JAVIER. (2019). Ecomipedia. Recuperado el 23 de 04 de 2019, de Exportaciones: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

productos con cualquier país que estuviera interesado en tener relaciones comerciales, algo que se debe de resaltar es que siempre Perú ha tenido las materias primas que el mundo ha demandado en su momento, podemos citar el algodón, el guano de isla y salitre para los cultivos, el caucho y lo que tradicionalmente se espera metales preciosos (oro, plata, cobre). En el siglo XIX y XX el Perú se caracterizó por explotar y exportar sus recursos naturales, aunque con gobiernos militares y golpes de estado éstos no pararon de seguir, pues como se mencionó anteriormente, siempre el país ha contado con los recursos que otros países necesitan.

Por ello cuando el investigador italiano Antonio Raimondi llegó a Perú en el siglo XIX y vislumbró tanta riqueza rodeada por una extrema pobreza y acuñó una mítica frase que vive en el corazón del país: “El Perú es un mendigo sentado en un banco de oro”.

c) Del 2001 a la actualidad

Quizás desde el año 2001 podemos observar un cambio en lo que a exportaciones se debe, a partir de este año el Perú empezó a firmar tratados comerciales con otros países, empezó a incentivar la exportación de productos no tradicionales y a crear programas de gobierno para que pequeños productores de productos como la palta (aguacate), berries, legumbres, mangos y otros empezaran a comercializar sus productos en el exterior pues de esta forma la población se veía beneficiada.

Como podemos observar en los datos obtenidos de la base de datos del Banco Central de Reserva del Perú⁹, en la tabla 1 las exportaciones peruanas han sufrido altibajos desde el 2008, con ligeras recuperaciones en el 2011 y 2012.

Podemos atribuir estos altibajos en las exportaciones tradicionales, pues estas están ligadas a minerales y harina de pescado, en general esto debido a que estas son las principales exportaciones del país, pues teniendo en cuenta que hubo una recesión mundial de los principales países con los que se negocia estos productos los precios tuvieron que bajar.

Tabla 1
Exportaciones por grupo de productos

(Valores FOB en millones US\$)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Productos tradicionales	23 266	20 720	27 850	35 896	35 869	31 553	27 686	23 432	26 137	33 124
Pesqueros	1 797	1 683	1 884	2 114	2 312	1 707	1 731	1 457	1 269	1 788
Agrícolas	686	634	975	1 689	1 095	786	847	723	878	820
Mineros	18 101	16 482	21 903	27 526	27 467	23 789	20 545	18 950	21 777	27 159
Petróleo y gas natural	2 681	1 921	3 088	4 568	4 996	5 271	4 562	2 302	2 213	3 358
2. Productos no tradicionales	7 562	6 196	7 699	10 176	11 197	11 069	11 677	10 895	10 782	11 663
Agropecuarios	1 913	1 828	2 203	2 836	3 083	3 444	4 231	4 409	4 702	5 114
Pesqueros	622	518	644	1 049	1 017	1 030	1 155	933	909	1 045
Textiles	2 026	1 495	1 561	1 990	2 177	1 928	1 800	1 331	1 196	1 268
Maderas	224	158	172	169	166	160	170	151	129	120
Papeles	204	178	187	232	272	267	246	202	193	219
Químicos	1 041	838	1 228	1 655	1 636	1 510	1 515	1 406	1 342	1 380
Minerales no metálicos	176	148	252	492	722	722	664	698	640	586
Sidero-metalúrgicos y joyería	909	571	949	1 130	1 301	1 320	1 149	1 081	1 084	1 270
Metal-mecánicos	328	369	393	476	545	544	581	533	445	511
Otros 2/	121	94	110	147	277	143	165	151	143	150
3. Otros 3/	190	154	254	304	345	238	171	88	100	130
4. TOTAL EXPORTACIONES	31 018	27 071	35 803	46 376	47 411	42 861	39 533	34 414	37 020	44 918
Nota:										
ESTRUCTURA PORCENTUAL (%)										
TRADICIONALES	75.0	76.5	77.8	77.4	75.6	73.6	70.0	68.1	70.6	73.8
Pesqueros	5.8	6.2	5.3	4.6	4.9	4.0	4.4	4.2	3.4	4.0
Agrícolas	2.2	2.3	2.7	3.6	2.3	1.8	2.1	2.1	2.4	1.8
Mineros	58.4	60.9	61.2	59.4	57.9	55.5	52.0	55.1	58.8	60.5
Petróleo y gas natural	8.6	7.1	8.6	9.8	10.5	12.3	11.5	6.7	6.0	7.5
NO TRADICIONALES	24.4	22.9	21.5	21.9	23.6	25.8	29.5	31.7	29.1	26.0
OTROS 3/	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8	0.6	0.5	0.2	0.3	0.2
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: BCRP, Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, Zofratacna, Banco de la Nación y empresas.
Elaboración: Gerencia Central de Estudios Económicos.

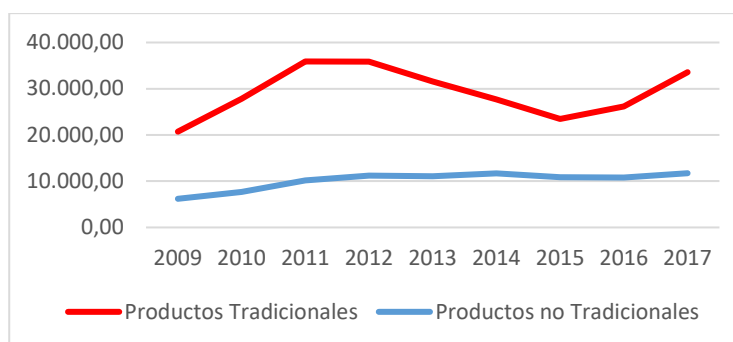
⁹ GERENCIA CENTRAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS. (2017). Memoria Anual 2017. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2017/anexos/anexo-memoria-2017-22.xlsx>

2.2.1.2 Evolución de la exportaciones del Perú

Si observamos el Gráfico 1 es notorio que las exportaciones del Perú han seguido un crecimiento relativamente sostenido en general, dentro de las exportaciones tradicionales se observa que luego de la crisis del 2008 sufrieron una caída relativamente pequeña teniendo en cuenta el tamaño de la crisis; en cambio las exportaciones tradicionales se han mantenido en crecimiento constante pese a haber pasado por los mismo estragos de la crisis financiera mundial, esto nos da a indicar que las exportaciones no tradicionales son aquellas que tienen un cierto ritmo sostenido de crecimiento.

Gráfico 1
Exportaciones tradicionales vs Exportaciones no tradicionales

(Valores FOB en millones de US\$)



Fuente: Gerencia Central de Estudios Económicos. BCRPDATA.
Elaboración propia

2.2.1.3 Evolución de la exportaciones no tradicionales

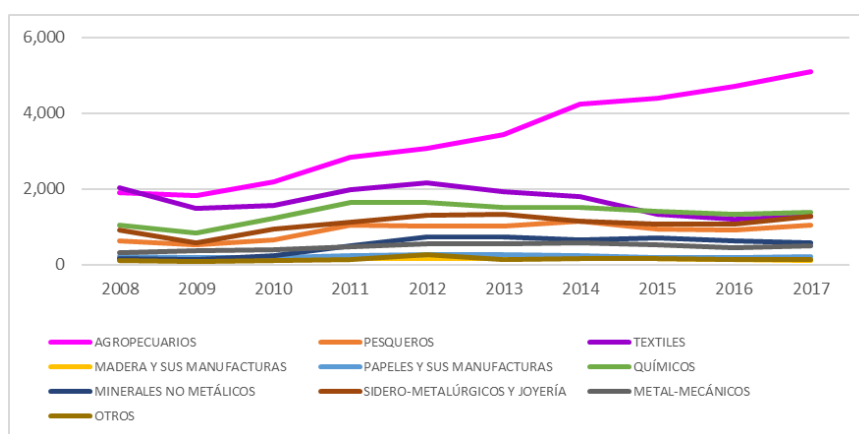
Según la información suministrada en el Gráfico 2, se confirma la evolución favorable de las exportaciones no tradicionales, vemos que el sector agropecuario ha registrado un crecimiento bastante alto de casi el triple de este comparado con el año 2008, y tiene tendencia a crecer; en contra cara tenemos a los otros sectores de la economía peruana se observa que hay un leve estancamiento de estos y desde

el 2012 tienen una desaceleración, claro está que aún estos sectores no se han recuperado de la crisis del 2008.

Gráfico 2

Evolución de las exportaciones no tradicionales

(Valores FOB en millones de US\$)



Fuente: Gerencia Central de Estudios Económicos. BCRPDATA.

Elaboración propia

2.2.1.4 Destino de las exportaciones y principales socios comerciales de Ancash

Según los reportes del Banco Central de Reserva del Perú¹⁰, los principales destinos de exportación tienen como principal destino los siguientes países: China (62,5%), España (4,5%) y Japón (4,2%). Para China, el principal producto exportado es cobre; mientras que para España y Japón, zinc.

¹⁰ COSAVALENTE, I., MIRANDA, A., ROSAS, J., & TORRES, E. (Diciembre 2017). ANCASH: Síntesis de Actividad Económica. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, Trujillo. Recuperado el 01 de 07 de 2019, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/2017/sintesis-ancash-12-2017.pdf>

2.2.1.5 Perspectiva de las exportaciones

Las perspectivas que persigue el gobierno del Perú con respecto a las exportaciones son muy ambiciosas, pues busca apuntalar el desarrollo agropecuario de las regiones altoandinas y fortalecer el ingreso del trabajador rural.

Busca al 2021 generar 500,000 puestos de trabajo para las familias y trabajadores de las zonas con un bajo índice de desarrollo empresarial, impulsando la exportación de los productos que mejor se adaptan a cada una de las regiones.

Se busca desarrollar la producción y posterior de exportación de productos considerados no tradicionales, pues estos fomentan el desarrollo de pequeñas y medianas empresas de pobladores de las zonas con mayores índices de pobreza y por ende con una baja actividad productiva y empresarial.

2.2.2 Producción y exportación de la sierra de Ancash

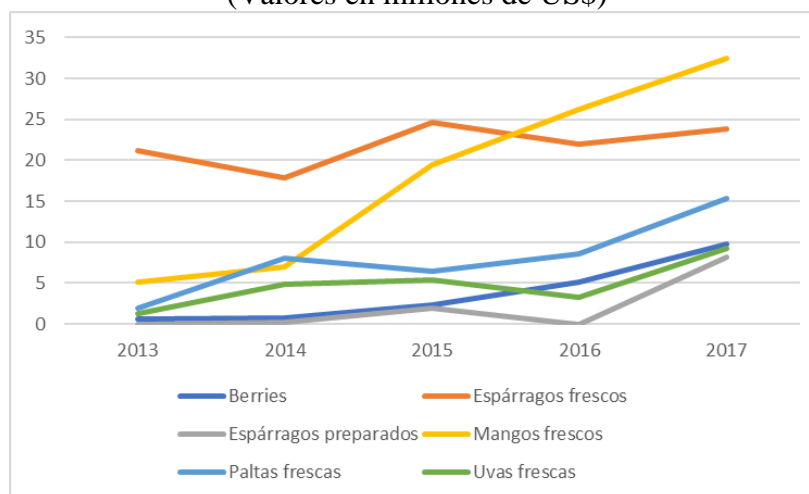
2.2.2.1 Productos

Entre los principales productos que la sierra de Ancash produce y exporta para el año 2017 tenemos a los berries, espárragos, mangos, palta (aguacate) y uvas.

Como se puede apreciar en la Tabla 2 el producto con un mayor número de crecimiento en Ancash son los mangos frescos, seguido de los espárragos.

Tabla 2
Principales productos exportados

(Valores en millones de US\$)



Fuente: Gerencia Central de Estudios Económicos. BCRPDATA.

Elaboración propia

Desde el año 2013 todos estos productos se mantienen al alza de exportaciones, los que se mantienen más estables son espárragos y mangos, seguido de las paltas y los berries, y los productos menos exportados son los espárragos preparados y las uvas.

2.2.2.2 Socios comerciales y principales destinos

Dentro de los principales socios comerciales que tiene Ancash para las exportaciones de la sierra de Ancash se encuentran Estados Unidos (32,5%), Países Bajos (22,9%) y España (14%); para el caso de Estados Unidos, el principal producto exportado es espárragos frescos; mientras que para Países Bajos y España, mangos frescos, esto según el informe preparado por el BCRP¹¹.

¹¹ COSAVALENTE, I., MIRANDA, A., ROSAS, J., & TORRES, E. (Diciembre 2017). ANCASH: Síntesis de Actividad Económica. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, Trujillo. Recuperado el 01 de 07 de 2019, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/2017/sintesis-ancash-12-2017.pdf>

2.2.3 Programa Sierra y Selva exportadora

El Programa Sierra y Selva exportadora es una institución pública, creada por la Ley 28890, ya que es de interés nacional la promoción, fomento y desarrollo de las actividades económicas rurales en la sierra, con énfasis en la agricultura, ganadería, acuicultura, artesanía, textilera, joyería, reforestación, agroforestería y turismo, así como las actividades de transformación e industrialización de productos que se obtengan en estas actividades, que permitan constituir mercados nacionales y de exportación como instrumentos de lucha contra la pobreza y de generación de empleo productivo¹².

Este Programa tiene la finalidad de promover el acceso a los mercados, de los pequeños y medianos productores agropecuarios organizados de la sierra y selva del Perú de manera competitiva y sostenible.

Desarrolla sus estrategias y acciones en las zonas de sierra y selva del Perú, en coordinación con los sectores competentes, los gobiernos regionales y los gobiernos locales, de acuerdo con su objetivo, funciones y competencias establecidas por Ley

2.2.3.1 Misión, visión y objetivos institucionales

a) Misión

Articular las actividades y recursos del sector público y/o privado destinados a impulsar la actividad económica de las zonas rurales de sierra y selva, a fin de lograr el acceso de los pequeños y medianos productores a los mercados de manera

¹² LEY QUE CREA SIERRA EXPORTADORA. (06 de Octubre de 2006). 8. Lima. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/\\$FILE/28890.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/$FILE/28890.pdf)

sostenible y competitiva, contribuyendo a la reducción de la pobreza.

b) Visión

Ser la Institución líder en la promoción para el acceso a los mercados nacionales y de exportación de la producción competitiva de los pequeños y medianos productores ubicados en la sierra y selva del territorio nacional.

c) Objetivos Institucionales

Los objetivos que tiene el Programa Sierra y Selva Exportadora de acuerdo con su ley creación son¹³:

- Organizar y coordinar los recursos, esfuerzos y actividades que el sector público ejecuta en el ámbito rural, en concordancia con la Ley N.º 28298, Ley Marco para el Desarrollo Económico del Sector Rural.
- El desarrollo de economías competitivas a fin de incrementar y mejorar la calidad del empleo y disminuir los índices de pobreza en las poblaciones rurales andinas.
- El desarrollo prioritario de una agricultura, agroindustria, ganadería, acuicultura, artesanía, textilería, joyería, reforestación, agroforestería y turismo andinos que generen productos con valor agregado y reúnan los estándares requeridos, tanto para el mercado interno como para el de exportación.

¹³ LEY QUE CREA SIERRA EXPORTADORA. (06 de Octubre de 2006). 8. Lima. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/\\$FILE/28890.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/$FILE/28890.pdf)

- La creación de condiciones y el establecimiento de mecanismos que permitan diversificar las actividades productivas de la economía de la zona rural, promoviendo el manejo sustentable de los recursos naturales, así como el mejoramiento de la calidad de vida y la preservación del medio ambiente.
- La transferencia tecnológica y adopción de nuevas tecnologías que permitan el aumento de la productividad y competitividad de todos los sectores económicos de la zona rural andina, promoviendo y fortaleciendo la relación de las comunidades de la zona con la empresa privada.
- El impulso de una cultura emprendedora compatible con el medio ambiente y el desarrollo sostenible.
- La ampliación de las áreas cultivables y el incremento del valor comercial de los productos agropecuarios de las zonas rurales andinas, con énfasis en los mercados de exportación, en coordinación con el Sector Agricultura.

Y de acuerdo con los objetivos estratégicos que tiene son:

- Fomentar la asociatividad empresarial de los pequeños y medianos productores de la sierra y selva.
- Promover el concepto de diversificación e innovación en la cadena de producción, generando valor agregado.

d) Organigrama

Sierra Exportadora cuenta para su funcionamiento con los siguientes órganos¹⁴.



2.2.3.2 Líneas de acción

Las líneas de acción a las que la entidad se encuentra concentrada y desarrolla son¹⁵:

- Promover y acompañar la ejecución de Planes de Negocios y Proyectos Productivos.
- Desarrollar y promover programas de capacitación.

¹⁴ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2019). Recuperado el 05 de 05 de 2019, de ORGANIGRAMA: http://www.sierraexportadora.gob.pe/wp-content/uploads/2019/03/ORGANIGRAMA_SSE.pdf

¹⁵ GUERRA QUILCA, J. (2018). PRESENTACIÓN DE PLATAFORMAS DE INFORMACIÓN AGRARIA Y PLAN NACIONAL DE CULTIVOS. Ministerio de Agricultura y Riego. Recuperado el 28 de 05 de 2019, de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/rediagro/2018/exposiciones-minagriatualcance/cusco/servicios-sysexportadora.pdf>

- Promover la participación en ferias nacionales e internacionales, pasantías, misiones comerciales, entre otros.
- Impulsar el funcionamiento de corredores económicos promoviendo la unificación de centros de producción hacia los mercados, facilitando la circulación de bienes y servicios entre ámbitos geográficos colindantes.
- Generar un sistema de información para orientar la toma de decisiones para el establecimiento de cadenas productivas y/o comercialización.

2.2.3.3 Acciones estratégicas

Son variadas y diversas las acciones estratégicas de este Programa, pero con el propósito de estudiar ciertas acciones en específico se eligieron las siguientes¹⁶:

- Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores organizados de Ancash, esta acción se mide con el indicador de ventas (en millones de soles).
- Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna a los productores de Ancash, la incidencia de este se mide con el indicador Número de productores atendidos.
- Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra y selva esta acción se mide con el indicador de Número de proyectos gestionados

¹⁶ PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2017-2019. (2017). 27. Recuperado el 02 de 11 de 2018, de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/plan-estrategico/2016/PEI-2017-2019.pdf>

2.2.3.4 El Programa sierra exportadora en Ancash

Este programa tiene una oficina zonal, ubicada en la ciudad de Huaraz y tiene como jurisdicción las provincias de Pallasca, Corongo, Sihuas, Pomabamba, Huaylas, Mariscal Luzuriaga, Yungay, Huari, Carlos Fitzcarrald, Carhuaz, Huaraz, Aija, Recuay, Ocros, Bolognesi, Antonio Raymondi, siendo todas estas el rango geográfico de acción al que se encuentra, dentro de las acciones que desarrolla se encuentran:

- σ **Articulación comercial:** Se realizan asesorías técnicas para la participación en ferias, ruedas de negocios, misiones, pasantías y otras actividades de promoción como parte de la estrategia comercial prevista para que los pequeños y medianos productores agropecuarios puedan acceder a nuevos mercados sean estos internos o externos.
- σ **Capacitaciones y asistencias técnicas:** Se desarrollan programas de capacitación y asistencia técnica buscando fortalecer las capacidades de gestión de los pequeños y medianos productores.

Su principal objetivo es impulsar el desarrollo de economías competitivas en la producción que generen valor agregado, además de elevar la productividad y competitividad que contribuya con la generación de empleo formal.

Orientación al pequeño y mediano productor agropecuario a acceder a las diferentes plataformas de servicio e

información del MINAGRI para cumplir con los requisitos que exigen los mercados locales y extranjeros.

- σ Desarrollo de planes de negocio: Promueve el desarrollo de planes de negocio bajo el enfoque de producto – mercado – empresa, en aras de contar con una oferta de productos agropecuarios que atienda de manera satisfactoria al exigente mercado interno y externo.

Mediante estos planes de negocio se busca lograr que los pequeños productores puedan cubrir tanto la demanda interna de productos, así como destinarlos a la exportación. De esta manera, lograr que los pequeños y medianos productores logren cubrir las demandas de mercados internos como externos insatisfechas, además de identificar nuevas oportunidades de negocios y productos.

2.2.4 Comercio internacional

Podríamos señalar que esta actividad comenzó desde que el hombre se empezó a asentar en polis y posteriormente se inventó la idea de reinos; teniendo el hecho de que unos demandaban productos y bienes en los que se encontraba especializado cada uno, un buen ejemplo a citar es la cultura Caldeo – Asiria, donde una se encargaba de la ganadería y la otra de la agricultura respectivamente, desde ahí se montó el precedente a lo que hoy definimos como comercio internacional.

El intercambio de bienes a gran escala entre dos continentes tiene una larga historia desde el Imperio Chino exportando seda y especias al resto del mundo; teniendo en cuenta todo ello podemos indicar que esta es una

actividad que día a día se ha vuelto más intrínseca al desarrollo de la humanidad, pues por la globalización productos tan exóticos como la maca peruana son demandados en países como Japón y Estados Unidos donde es conocido que es un producto de altos índices nutricionales.

Por todo ello el escenario económico que se vive en la actualidad, se encuentra muy ligado al comercio internacional como actividad que promueve el desarrollo y el bienestar de las población en general

Teniendo en cuenta que actualmente existen desigualdades socioeconómicas muchas de ellas generadas en cierta forma por las dinámicas impuestas por países hegemónicos, también es cierto que las relaciones internacionales son de gran importancia en el campo comercial, cultural y político. Hay muchos estudios que vinculan el crecimiento económico con un comercio más libre, y la teoría política apoya igualmente esta opción.

Teniendo en cuenta que por la globalización y el desarrollo de medios de transporte masivos y más rápidos se posibilita la adquisición de productos en los que otros países están especializados, se hace de uso común el ligar las actividades de un país a la exportación e importación de productos como una actividad cotidiana.

2.3 Marco legal

2.3.1 Leyes de fomento a la exportación a las exportaciones altoandinas

2.3.1.1 Ley de promoción para el desarrollo de actividades productivas en zonas altoandinas

Esta ley fue firmada y promulgada el 18 de diciembre del 2009, por el entonces presidente Alan García Pérez, esta ley tiene el objetivo de

promover y fomentar el desarrollo de actividades productivas y de servicios, que generen valor agregado y uso de mano de obra en zonas altoandinas, para aliviar la pobreza.

Según norma esta ley las personas naturales, micro y pequeñas empresas, cooperativas, empresas comunales y multicomunales pueden acogerse a esta ley, siempre y cuando cumplan con los requisitos que se detallan a continuación:

- ❖ Tener su domicilio fiscal, centro de operaciones y centro de producción en las zonas geográficas andinas ubicadas a partir de los 2 500 metros sobre el nivel del mar.
- ❖ Que estas empresas se instalen a partir de los 3 200 metros sobre el nivel del mar y se dediquen a alguna de las siguientes actividades: piscicultura, acuicultura, procesamiento de carnes en general, plantaciones forestales con fines comerciales o industriales, producción láctea, crianza y explotación de fibra de camélidos sudamericanos y lana de bovinos, agroindustria, artesanía y textiles.

Las empresas que cumplan con los requisitos antes establecidos en esta ley pueden acogerse a esta ley y recibir las siguientes exoneraciones de impuestos beneficios:

- ❖ Impuesto a la Renta correspondiente a rentas de tercera categoría.
- ❖ Tasas Arancelarias a las importaciones de bienes de capital con fines de uso productivo.

- ❖ Impuesto General a las Ventas (IVA) a las importaciones de bienes de capital con fines de uso productivo.

Una condición para mantener las exoneraciones tributarias es que estos beneficiarios deben mantenerse al día en el pago de sus obligaciones tributarias o cumpliendo los acuerdos establecidos con la autoridad correspondiente.

2.3.2 Acuerdos comerciales

En la actualidad el Perú tiene suscritos y en vigencia los siguiente acuerdos comerciales

2.3.2.1 Comunidad Andina (CAN)

El Acuerdo de Cartagena fue suscrito el 26 de mayo de 1969 creando el Grupo Andino, hoy conocido con el nombre de Comunidad Andina, y actualmente la integran Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Los objetivos de esta organización entre otros son promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social, así como acelerar su crecimiento y la generación de ocupación, facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano¹⁷.

En materia aduanera se han aprobado una serie de decisiones y resoluciones comunitarias que norman sobre diversas áreas, tales como Armonización de Regímenes Aduaneros, Valoración Aduanera,

¹⁷ SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA. (2018). ACUERDOS COMERCIALES. Recuperado el 23 de 07 de 2019, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/acuerdoscomerciales/index.html>

Declaración Andina del Valor, Programa de Liberación de Mercancías, Tránsito Aduanero Comunitario, Asistencia Mutua y Cooperación entre las Administraciones Aduaneras de los Países Miembros de la Comunidad Andina, Arancel Integrado; entre otras que se necesiten para consolidar a la organización y a su vez para que puedan cumplir con los objetivos antes mencionados.

2.3.2.2 Asociación latinoamericana de Integración (ALADI)

Este organismo internacional de ámbito global surgió suscripción del Tratado de Montevideo suscrito el 12 de agosto de 1980 por los representantes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región con el objetivo final de lograr un mercado común latinoamericano mediante tres mecanismos:

- Preferencia Arancelaria Regional, es decir los países miembros se otorgarán recíprocamente una preferencia arancelaria regional, que se aplicará con referencia al nivel que rija para terceros países y se sujetará a la reglamentación correspondiente.
- Acuerdo de Alcance Regional son aquellos acuerdos en los que participan todos los países miembros.
- Acuerdos de Alcance Parcial son aquellos en cuya celebración no participa la totalidad de los países miembros, y propenderán a crear las condiciones necesarias para profundizar el proceso de integración regional.

2.3.3 Acuerdos o Tratados de Libre Comercio con otros países

2.3.3.1 Acuerdo de Promoción Comercial con Estados Unidos

Este Acuerdo otorga preferencias arancelarias a las mercancías originarias y procedentes de ambas Partes, dicho acuerdo se firmó en Washington D.C. el 12 de abril de 2006; y entró en Vigencia el 1 Febrero 2009.

Mediante este tratado se establece la liberalización de los comercio entre estos dos países así como el Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, entre otros.

Debemos de tener en cuenta que Estados Unidos es el principal mercado de las exportaciones peruanas que son minerales/metales, textiles, productos pesqueros, petróleo crudo, café, cacao, artesanías, paprika, alcachofa, uva, mango, mandarina, espárragos.

2.3.3.2 Tratado de Libre Comercio con Canadá

Este Tratado otorga preferencias arancelarias a las mercancías originarias y procedentes de Perú y Canadá, fue suscrito en Lima el 29 Mayo de 2008; y entró en vigencia el 1 Agosto 2009.

Este tratado comprende intercambios comerciales en Telecomunicaciones, Servicios Financieros, Entrada Temporal Personas de Negocios, Política de Competencia, Contratación Pública, Comercio Electrónico, entre otros.

Las principales exportaciones de Perú son: oro, gasolina, minerales de plata, cobre y plomo, plata en bruto, aceite de pescado, mineral de

zinc, harina de pescado, gas natural productos agropecuarios, mandarina, entre otros.

2.3.3.3 Acuerdo de Libre Comercio con Singapur

Fue suscrito el 29 de mayo de 2008 en Lima, por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo Mercedes Aráoz Fernández y el Ministro de Comercio e Industria, Lim Hng Kiang. Dicho acuerdo entró en vigor el 1 de agosto de 2009

Este Acuerdo otorga preferencias arancelarias a las mercancías originarias y procedentes de ambas sobre temas de Comercio De Mercancías, Medida Especial Agrícola, Reglas De Origen, Aduanas, Medidas Sanitarias, entre otros.

Los principales productos exportados a Singapur que ya se están beneficiando de este acuerdo son: cacao, uvas, t-shirts, camisas, espárragos, almejas, locos y machas, entre otros.

Este Tratado brinda al Perú la oportunidad de establecer reglas de juego claras, con un marco transparente y previsible, que permita tener un comercio bilateral ordenado,

2.3.3.4 Tratado de Libre Comercio con China

Este Tratado de Libre Comercio fue publicado en el Diario Oficial El Peruano el 19 de setiembre de 2011, fue suscrito el 28 de abril de 2009 en la ciudad de Beijing-China por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo de Perú y por el Viceministro de Comercio de China, Yi Xiaozhun. Dicho acuerdo entró en vigor el 01 de marzo de 2010.

Entre los principales puntos que toma este tratado podemos encontrar Trato Nacional y Acceso a Mercados, Reglas de Origen,

Procedimientos Aduanero, Entrada Temporal de Personas de Negocios, Inversiones, Derechos de Propiedad Intelectual, Cooperación, Transparencia, Administración del Tratado, entre otros. Los principales productos de exportación peruanos que se benefician de este tratado son: potas jibias y calamares, uvas frescas, aguacates, mangos, cebada, p prika, tara en polvo, hilados de pelo fino, entre otros.

2.3.3.5 Acuerdo de Libre Comercio entre el Perú y Corea del Sur

El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre el Perú y Corea fue firmado el 21 de marzo de 2011 en Seúl-Corea por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú, y el Ministro de Comercio de Corea.

Mediante este tratado se establece la liberalización de los comercio entre estos dos países así como el Trato Nacional y Acceso a Mercados, Textiles y Vestido, Reglas de Origen, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, entre otros.

Entre los productos que son la oferta exportable de Perú figuran la pota, castaña, mango, conservas de hortalizas, banana, uvas y langostinos.

2.3.3.6 Acuerdo Comercial entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)

El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú se suscribió el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica. El Acuerdo Comercial Perú y la Unión Europea entró en vigor el 1 de marzo de 2013.

Este Acuerdo Comercial forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, buscando más mercados para sus productos.

Con este Acuerdo Comercial se ha obtenido un acceso preferencial para el 99.3% de los productos agrícolas peruanos y para el 100% de productos industriales. Los productos de interés de Perú como espárragos, paltas, café, frutos del género capsicum, alcachofas, entre otros ingresan al mercado europeo libre de aranceles.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño de la investigación

Para este caso buscaremos toda la información de las fuentes bibliográficas y estadísticas disponibles que nos permitirán analizar y entender el accionar del Programa Sierra exportadora, es una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada porque se estudiará un problema en una realidad concreta que será analizar la incidencia de las Acciones Estratégicas del Programa Sierra en el incremento del volumen de las exportaciones de la Región Ancash, y será analítico – descriptiva, porque se va a analizar cuánto ha variado el volumen de las exportaciones tras la implementación de estas acciones estratégicas, y descriptiva por que se van a describir los fenómenos que desencadenan la tras la implementación de estas.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población:

En esta investigación el objeto de estudio está constituida por las familias exportadoras de la región Ancash que se encuentran asociadas al Programa Sierra exportadora.

Al 2017 según la base de datos que se encuentra registrada en dicho Programa en la región Ancash son 7, 133 empresas familiares exportadoras beneficiadas por este programa.

3.2.2 Muestra:

Para la presente investigación se utilizará el muestreo no aleatorio intencional por conveniencia, pues se analizarán los datos suministrados por el Programa, sobre el desempeño de las mismas, así como los datos regionales que ofrece el Banco Central de Reserva del Perú en los apartados de comercio exterior.

3.3 Variables de estudio

3.3.1 Variable independiente:

X: Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora

X₁: Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores organizados de Ancash

X₂: Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna a los productores de Ancash

X₃: Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash

3.3.2 Variable dependiente:

Y: Exportaciones de la región Ancash

Y₁: Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash

Y₂: Valor de las exportaciones de la zona sierra de Ancash

Y₃: Cuota de comercio exterior generado en la sierra ancashina

3.4 Formulación de la hipótesis y modelo econométrico

Hipótesis general:

- ✚ ¿Las Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora incide positivamente en el incremento de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?

Hipótesis específicas:

- ✚ ¿La Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora incide en el incremento Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash en los periodos 2013 – 2017?
- ✚ ¿La Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna propuesta a los productores de Ancash por el Programa Sierra Exportadora contribuye al incremento del valor de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?
- ✚ ¿Los Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash ofrecidos por el Programa Sierra Exportadora contribuyen al incremento Cuota de comercio exterior generado en la sierra ancashina en los periodos 2013 – 2017?

3.5 Fuentes, instrumentos y técnicas de recopilación de datos

Para los fines de la investigación, usaremos lo siguiente para extraer datos de dichas empresas familiares:

a) Técnicas

- ✓ Entrevistas
- ✓ Encuesta
- ✓ Observación

b) Instrumentos

- ✓ Ficha de encuesta
- ✓ Cuestionario
- ✓ Ficha de observación

c) Fuentes de recolección de datos

- ✓ **Primaria:** Fichas de levantamiento de datos
- ✓ **Secundaria:** Resultados de gestión del Programa Sierra Exportadora 2013 -2017.

3.6 Procesamiento de datos

Se procesa los datos obtenidos en fuentes, instrumentos y técnicas de recopilación de datos, en los siguientes softwares

- Ms Excel
- SPSS ver 18

3.7 Análisis e interpretación de las informaciones

- ✓ Tabulación de Datos.
- ✓ Grafica de datos.
- ✓ Interpretación.
- ✓ Aplicación del experimento hipotético, para la comprobación de las hipótesis planteadas en el trabajo de investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación de datos generales

En la presente investigación se tomaron datos del Banco Central de Reserva del Perú, sobre series mensuales y anuales, así como las Memorias de la Institución de los periodos 2013 – 2017; además de Plan Operativo Institucional, Plan Estratégico Institucional, Memorias Anuales y Resultados de Indicadores de Gestión proporcionados por el Programa Sierra Exportadora de los periodos 2013 - 2017, los cual se muestran a continuación:

4.1.1 Evolución de las exportaciones totales de Ancash

En la Tabla 3 se evidencian que las exportaciones de Ancash no tienen estabilidad a mediano plazo, pues a nivel global se observa que hay mucha volatilidad y una tendencia constante a la baja, esta situación se hace muy notoria en el caso de las exportaciones tradicionales, pues desde los periodos del 2014 tiene una bajada considerable, siendo el 2015 el año con el peor resultados de las exportaciones, luego hay cierta recuperación, pero estas exportaciones depende de gran medida de las exportaciones mineras.

Tabla 3
Exportaciones anuales de Ancash

(Valores FOB en millones de US\$)

	2013	2014	2015	2016	2017
Productos Tradicionales	4,155	3,152	2,609	2,515	3,545
- Pesquero	445	435	231	284	389
- Minero	3,710	2,716	2,378	2,230	3,156
- Otros	0	1		1	0
Productos No Tradicionales	151	128	150	160	207
- Agropecuario	56	64	84	94	136
- Pesquero	58	49	48	54	54
- Minerales no metálicos	0	0	0	1	8
- Sidero - Metalúrgicos y joyería	32	3	5	8	7
- Metal - Mecánicos	2	6	2	2	1
- Otros No Tradicionales	3	6	11	1	1
TOTAL EXPORTACIONES	4,306	3,280	2,759	2,675	3,752

Fuente: Gerencia Central de Estudios Económicos. BCRPDATA.

Elaboración propia.

El caso contrario son las exportaciones llamadas no tradicionales, es contrastable que este tipo de exportaciones tiene un cierto nivel de sostenibilidad de estas, siendo el sector agropecuario y pesquero los referentes en cuanto al crecimiento de este tipo de exportaciones.

Dentro de los productos pesqueros tenemos que está representado por la exportación de trucha arcoíris, pues el mismo hábitat se muestra favorable para la producción de este tipo de producto.

4.1.2 Principales productos no tradicionales agrícolas exportados

Dentro de los principales productos no tradicionales exportados por Ancash, tenemos que producto con un mayor valor de exportación son los mangos frescos, seguidos de los espárragos, así como de la palta (aguacate).

Tabla 4

Productos no tradicionales exportados por Ancash

(Valores FOB en millones de US\$)

	2013	2014	2015	2016	2017
Berries	0.6	0.8	2.4	5.1	9.8
Espárragos frescos	21.2	17.8	24.6	22	23.8
Espárragos preparados	0.1	0.2	1.9	0.9	8.2
Mangos frescos	5.1	7.0	19.5	26.2	32.4
Paltas (aguacate) frescas	2.0	8.1	6.5	8.6	15.4
Uvas frescas	1.3	4.9	5.4	3.3	9.2

Fuente: Gerencia Central de Estudios Económicos. BCRPDATA.

Elaboración propia.

Dentro de estos productos nótese que los berries han mantenido un buen crecimiento en estos años, pues desde el 2013 vemos que el precio pagado por los mismos ha ido en aumento y que también la cantidad exportada ha experimentado incrementos muy significativos, para esta actividad que podríamos decir es algo nueva comparada con los demás y está rediciendo muy buenos frutos.

Otro producto estrella son los mangos el cual también ha experimentado grandes crecimientos de la cantidad exportable, países como Alemania y España son quienes más demandan este tipo de bien, y ya que existen diversos acuerdos comerciales estos productos entran con medidas aduaneras especiales, podemos ver que también los acuerdos comerciales están cobrando mucha importancia a la hora que los productos sea exportados, pues la eliminación de altos aranceles hace que el productos se vuelva mas competitivo y atractivo para los importadores de los mismos.

4.1.3 Sobre los resultados obtenidos por el Programa Sierra Exportadora en Ancash

4.1.3.1 Sobre las ventas de Ancash

En este apartado se basa en la información de los productores y exportadores (familias) aliados al programa sierra exportadora; en cuanto a la ventas generadas anualmente tanto para el mercado local como la exportación, tal como se detalla en la tabla 5, donde vemos que hay un crecimiento sostenido y creciente de las ventas totales de estos beneficiarios del Programa, pero en el caso de las exportaciones se mantiene un ritmo de crecimiento estable, y representa aproximadamente el 12% de todas las ventas.

Tabla 5

Ventas gestionadas por el Programa

(Valores en US\$)

	2013	2014	2015	2016	2017
Ventas totales (*)	25,249,501	26,880,964	26,880,964	37,303,611	44,545,171
Exportaciones	11,692,437	11,692,437	11,978,500	22,407,712	11,049,738

(*) Ventas de los beneficiarios del programa

Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación

Elaboración: Propia

4.1.3.2 Sobre el volumen de ventas de Ancash

En este caso según lo mostrado en la tabla 6, vemos que hay un aumento del volumen de las exportaciones no tradicionales, siendo el año 2015 donde se dio un aumento considerable del volumen, respecto al año anterior.

Tabla 6

Volumen de las exportaciones no tradicionales de Ancash

(Peso bruto en toneladas)

	2013	2014	2015	2016	2017
Anual	1,649,065,493	1,653,460,922	1,950,035,188	2,114,820,425	2,298,747,336
Var. anual	0.52%	0.27%	17.94%	8.45%	8.70%

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria

Elaboración: Propia

4.1.3.3 Sobre la cuota de mercado

Como se demuestra en la tabla 7 la participación en las exportaciones de la región Ancash al total de la exportación nacional esta yendo en decaimiento respecto al año 2013, esto se debe a las bajadas de los precios de las exportaciones tradicionales por los estragos de la crisis del 2008 pero luego de ello hay un pequeño repunte desde el 2016 al 2017.

Tabla 7

Participación de Ancash en las exportaciones nacionales

	2013	2014	2015	2016	2017
% de Participación	10.15%	8.51%	8.20%	7.37%	8.48%

Fuente: INEI, SUNAT

Elaboración: Propia

4.1.3.4 Sobre los planes de negocio implementados

Dentro de las acciones desarrolladas directamente por el Programa Sierra exportadora un indicador importante a tener en cuenta tenemos los planes de negocio desarrollados por la entidad con el propósito de promover mejores negocios exportadores, en la tabla

8 se observa que en lo general ha habido un cumplimiento positivo entre lo que dicho programa proyectó y ejecutó, el mínimo de efectividad de este es del 95%.

Tabla 8

Planes de negocio desarrollados en Ancash

	2013	2014	2015	2016	2017
Proyectado	22	16	21	20	20
Ejecutado	25	19	20	36	19
% de efectividad	113.64%	118.75%	95.24%	180.00%	95.00%

Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación

Elaboración: Propia

4.1.3.5 Sobre la asistencia técnica

Según los datos de la tabla 9, los resultados que ha tenido la asistencia técnica del programa los empleos permanentes generados en las empresas familiares adscritas al Programa han ido cada vez en aumento, es decir que un mayor número de trabajadores con un empleo fijo que dependen directamente de estas actividades exportadoras.

Otro dato a tener en cuenta es que el número de jornaleros o personas que trabajan de acuerdo a la estacionalidad del proceso de producción y exportación también ha ido en aumento, esto es porque también el volumen de las exportaciones también ha subido.

Los beneficiarios del programa es decir las familias que trabajan junto con el Programa, también han ido incrementándose, teniendo un pico muy alto en el 2014.

Tabla 9

Resultados de la asistencia técnica

	2013	2014	2015	2016	2017
Empleos permant.	1490	1,542	1683	1758	1888
Jornaleros	275,878	517,913	880,210	991,866	377,697
Beneficiarios	2,750	2,760	9,418	12,374	7,133

Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación

Elaboración: Propia

4.2 Presentación y análisis de datos relacionado con cada objetivo de investigación

Para la presente investigación se hace la presentación de los datos obtenidos de los resultados de indicadores de gestión del Programa Sierra Exportadora, a su vez los datos suministrados por el Banco Central de Reserva del Perú, el Instituto Nacional de Estadística e Informática y de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria; en el cual se detalla las principales bondades y apoyos de las acciones estratégicas del Programa en las exportaciones la Sierra de Ancash:

4.2.1 Análisis del volumen de ventas y la gestión comercial del Programa Sierra Exportadora

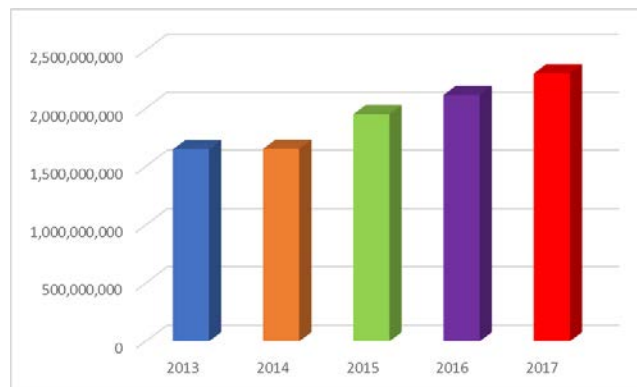
Acerca de este tema tenemos que analizar el volumen exportado, en el grafico 4 se muestra que esta cantidad se está acrecentando año con año; en los 5 años estudiados, si se compara el año 2013 con el año 2017 ha habido un crecimiento de casi un 25% del volumen que se ha exportado, todo esto es porque cada vez hay, mayores mercados donde se exportan los productos generados por los pequeños productores, aparte de ello es que muchos de estos productos son de estacionalidad específica, es decir que cuando el hemisferio norte ya no lo puede producir, Perú al tener el clima de manera

inversa puede producir bienes como los berries, lo cual hace que el mercado este todo el año abierto y ya que el Programa ofrece constantes ferias, ruedas de negocios, misiones, pasantías, es por ello que el volumen de las exportaciones ha ido en aumento año con año.

Gráfico 3

VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES

(Peso bruto en toneladas)



Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación

Elaboración: Propia

Un punto para tener en cuenta es que regiones como Junín donde el principal producto de exportación es el café y el chocolate posee un mayor volumen de exportación, claro está porque son productos con un mayor posicionamiento global y por ende hay un mayor número de mayoristas y agentes comerciales que están dispuestos a comerciar con estos productos propios de Ancash.

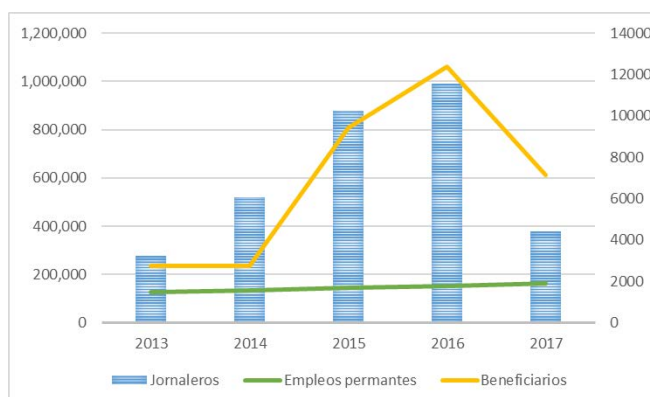
4.2.2 Análisis de la asistencia técnica del Programa en el valor de las exportaciones

Para analizar este apartado debemos de remitirnos al gráfico 4, en este podemos observar que el número de beneficiarios del Programa en los 5 años de estudio no ha tenido mayor variación bastante itinerante un pico bastante elevado en el 2016, pero con una bajada de casi el 50% de la misma en el 2017, esto porque se está asesorando a estas empresas en la optimización del trabajo de las mismas y aparte de ello en el 2016 hubo una gran producción y exportación de palta (aguacate) y mangos, así como berries, tal como se puede contrastar con la tabla 4.

Sobre los productores beneficiarios del programa se puede observar que se encuentran adscritos un máximo de 2,000 productores y exportadores, pero es una cifra bastante baja si la comparamos con la región Junín, donde el número de beneficiarios sobrepasa los 27,000 empresas exportadoras.

Gráfico 4

RESULTADOS DE LA ASISTENCIA TÉCNICA



Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación

Elaboración: Propia

Por otro lado, para analizar el valor de las ventas debemos de remitirnos a la tabla 10, dicha información ha sido elaborada en base a el valor FOB de las exportaciones sobre el volumen de éstas mismas y a manera general se puede observar que hay un mayor de estas comparando el años 2013 con el año 2017, un pico importante a tener en cuenta es que en el año 2016 hubo una alza significativa del valor de las exportaciones claro está que fue un gran año, pero el el 2017 ha bajado sus valores, esto puede deberse a que hubo una menos cantidad exportada y por ende el precio tuvo que también ajustarse acorde a la situación de los mercados.

Tabla 10

VALOR DE LAS EXPORTACIONES

	2013	2014	2015	2016	2017
Precio Unitario	7.09	7.07	8.14	8.60	7.81

Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, BCRP

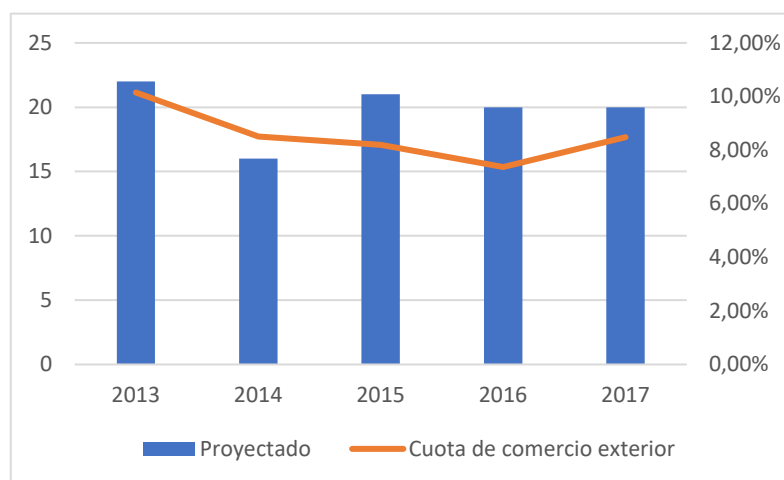
Elaboración: Propia comparativa

4.2.3 Análisis de la incidencia de los Proyectos productivos en la cuota de comercio exterior

Tener buenos proyectos de inversión, en este caso de exportación es la principal arma que puede tener cualquier persona que quiera emprender es por ello que el Programa dentro de sus principales servicios ofrece el desarrollo de proyectos productivos para los beneficiarios, y para analizar este punto debemos de remitirnos al gráfico 5.

Gráfico 5

PROYECTOS VS CUOTA DE COMERCIO EXTERIOR



Fuente: Programa Sierra y Selva Exportadora, Oficina de Monitoreo, Seguimiento y Evaluación, BCRP.

Elaboración: Propia comparativa

En esta tabla se puede verificar que el número de proyectos desarrollados por año repercuten de igual manera en la cuota de comercio exterior de Ancash, este valor oscila entre 6% y 8%, desde que se están implementando estos planes es posible observar que esta cuota ha ido manteniendo un cierto nivel de baja variabilidad, pero que también la cuota de comercio exterior es relativamente alta, teniendo en cuenta que en Perú son 24 regiones y por la media aritmética cada región debería de aportar un 4.16%.

4.3 Interpretación y discusión de resultados, según cada una de las hipótesis

a) Hipótesis General

Según los cuadros y gráficos de análisis de datos anteriores es posible observar que las acciones estratégicas desarrolladas por el Programa Sierra Exportadora en Ancash, están positivamente incidiendo en las exportaciones no tradicionales de la región, y que a su vez el volumen de estas está creciendo, lo cual demuestra

que hay un mayor número de mercados y cuotas de mercado que estas exportaciones están cubriendo a nivel mundial, los resultados demuestran que el accionar del Programa es el correcto, pero que aún el número de beneficiarios y demás personal implicado en el desarrollo de la misma es aún pequeño y que no hay un mayor crecimiento de estas.

b) Hipótesis específicas

- **Primera Hipótesis específica**

En lo referente a la Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora se hace notorio que hay un mayor volumen de crecimiento en los 5 años estudiados, y que estas van creciendo de una manera sostenida, ya que el Perú al desarrollar e impulsar la Marca País, hace que haya un mayor sector empresarial dispuesto a negociar por estos bienes provenientes de regiones poco conocidas y desarrolladas empresarialmente.

El accionar en ferias comerciales, misiones y ruedas de negocios hace que estos productos tengan una mayor oportunidad de calar en otros mercados prueba de ello es que año a año se acrecientan las exportaciones a otros países.

Por otra parte, debería de existir un mayor número de desarrollo de estos eventos por parte de la Institución, pues a esto ayudaría a impulsar las exportaciones no solo de la región sino también del país en general, ayudar a los productores a poder ingresar a ferias y eventos empresariales es un buen impulso.

El Programa debe aportar también en mejorar la promoción productos como las patatas nativas andinas, dichos productos encajarían muy bien en

el mercado alemán y así hay muchos productos que con una mayor exposición podrían traer mejores resultados a la exportaciones.

- **Segunda Hipótesis específica**

La asistencia técnica de innovación y emprendimiento, reflejada en la tabla 10 y grafico 4, demuestran que esta acción del programa tiene buenos resultados, pues hay un beneficio directo para la población en general tanto para los pequeños empresarios, como para la población aledaña a los centros de producción (jornaleros), esto ha contribuido que haya un mayor valor de las exportaciones por lo reflejado en la tabla 10, dicho de otra manera esta acción estratégica del programa contribuye significativamente a que esta producción tenga un mayor valor a la hora de hacer el intercambio comercial.

Aunque han tenido años buenos y otros regulares el valor de las exportaciones ha ido mejorando año con año, lo cual demuestra que con una buena asistencia técnica e innovación de la productividad de estas empresas la riqueza que esta actividad puede generar puede ser beneficiosa tanto para la población como para el país en general.

- **Tercera Hipótesis específica**

Con respecto a los proyectos productivos eficientes y de calidad promovidos para los productores por el Programa Sierra Exportadora, se ha podido determinar que tienen un gran y estrecho vínculo con las cuotas de exportación de Ancash, pues con el desarrollo de proyectos también la cuota sube directamente proporcional como lo observado en el grafico 5.

Debemos de hacer hincapié que la meta anual del desarrollo de proyectos o planes productivos son casi siempre las mismas, por ello el programa debería de buscar estrategias más intensivas en el desarrollo de involucrar y desarrollar más planes productivos anualmente, quizás al ser pobladores con bajos recursos y/o con pequeñas extensiones de terrenos deberían de buscar formar un solo núcleo de producción entre todos, lo cual ayudaría a mejorar los ingresos de la población y unirse de una manera correcta a la nueva tendencia mundial de comercio.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1 Conclusión general

El resultado del análisis y discusión de la contrastación a la hipótesis principal, facilita la base para formular la conclusión general mediante el siguiente enunciado:

Las Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora inciden positivamente en el incremento de las exportaciones de la Región Ancash, pero estas exportaciones no son aun las suficientes para desarrollar los sectores de la región donde se desarrolla el Programa, hay un crecimiento sostenido del mismo pero hace falta una estrategia más activa para que el sector de los pequeños productores se vea más favorecido y haya un mejor desarrollo económico de la región, pues otras regiones como Junín quien es la región más productiva y que mayores exportaciones tiene el triple de los resultados obtenidos por Ancash, lo cual denota que el Programa debe de potenciar otros productos poco conocidos en el mercado mundial, pero que a futuro podría desarrollar más negocios para la población un buen ejemplo de estos es la crianza y exportación de cuyes, estos animal posee la característica de prevenir el cáncer, así como ser un buen tratamiento para este, y de esta manera podríamos mencionar muchos productos que mejorarían la economía local.

5.2 Conclusiones específicas

5.2.1 Primera conclusión específica

El resultado de la contratación de la primera hipótesis específica facilita la base para formular la primera conclusión específica mediante el siguiente enunciado:

La Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora ha incidido en el incremento Volumen de las exportaciones, es decir que esta acción estrategia aporta información que nos ayuda a identificar los cambios potenciales de las empresas referente en las operaciones que producirán resultados satisfactorios sobre el volumen de las exportaciones, en posible en las exportaciones en toneladas, pues desde el año 2013 ha ido incrementándose en el tiempo y donde el Programa ha tenido repercusión.

5.2.2 Segunda conclusión específica

La evidencia empírica nos muestra mostrada en la investigación demuestra que el programa Sierra Exportadora ha tenido un buen performance en el desarrollo de sus acciones estratégicas, pues la asistencia técnica sumada al desarrollo de proyectos productivos han hecho que tanto el volumen como la cuota de comercio exterior crezca relativamente sostenida, pero un punto a tenerse en cuenta es que las metas anuales trazadas por la entidad son bastante bajas, debería de analizarse y buscar desarrollar estas acciones sean más agresivas y que haya un mayor numero de personas involucradas en el negocio de la producción de bienes no tradicionales, pues esto genera una mejor calidad de vida a estas personas y por ende disminuir los niveles de pobreza y pobreza extrema que viven todas las regiones.

El Programa debería de buscar negociar con otro tipo de productos a los que actualmente se desarrollan, dentro de lo que producen los Andes del Perú hay muchos productos de buena calidad y grandes cualidades que muchas veces por falta de apoyo a la promoción y exportación no se desarrollan; por todo ello el Programa debería de apostar por desarrollar nuevos y más proyectos productivos enfocados a lo que cada región tiene para ofrecer al mundo entero, pues siempre el Perú desde sus inicios como colonia ha sido un país que ha tenido mucho que ofrecer al mundo.

CAPÍTULO VI

RECOMENDACIONES

6.1. Recomendación general

Teniendo en cuenta el déficit de cultura económica y exportadora en las familias y empresas localizadas en el departamento de Ancash, se recomienda establecer una adecuada filosofía empresarial con adecuadas políticas de desarrollo sustentable en el largo plazo a fin de mejorar su calidad de vida e ingresos económicos beneficiándose de las exportaciones.

6.2. Recomendaciones específicas

6.2.1. Primera recomendación específica

Teniendo en cuenta que las empresas exportadoras de la región Ancash, toman sus decisiones operativas sobre exportación en base a experiencias y apoyos que brinda el Programa Sierra Exportadora, se recomienda que el Programa se encuentre enfocado a lograr mejores resultados al emplear, mejores técnicas de producción así como de promoción de los productos exportables, lo cual permitirá que estas empresas puedan tener mejores oportunidades de producción como de exportación, lo cual permitirá que estas empresas se beneficien de estas exportaciones al tener un producto más competitivo, así como la ayuda con nuevos socios comerciales. Todo ello

mejorará la calidad de vida de estos empresarios así que se lograra un impacto positivo en la economía de la región y el país en general, lo cual ayudará a disminuir los niveles de pobreza y pobreza extrema que afronta la región.

6.2.2. Segunda recomendación específica

Teniendo en cuenta que las exportaciones no tradicionales desarrolladas por los empresarios de la región Ancash son bajas comparadas con otras regiones como Junín y Amazonas que tienen mucho tiempo exportando café, cacao, entre otros, y por ende teniendo una mejor posición en el mercado, se hace necesario que el accionar del programa se vuelva más agresivo en cuanto a la búsqueda e impulso de creación y desarrollo de pequeñas empresas dedicadas a la exportación de bienes no tradicionales.

6.2.3. Tercera recomendación específica

Sería ideal que el Programa a parte de incentivar las exportaciones de pequeñas empresas, incentive a la población en general al desarrollo de la actividad exportadora, pues suelo y recursos humanos son abundantes en la región y en el país en general, Perú tiene un suelo muy rico y aunado a ello que tiene una gran variedad de microclimas, lo cual favorece a que se desarrollen muchas actividades exportadoras; aparte de ello debería de fomentar la formación de unión de pobladores exportadores, es decir idear una forma de colectivización para la producción y posterior exportación, pues cualquier actividad en conjunto tiene un mayor respaldo económico como humano.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ ALONSO, J. C., & PATIÑO, C. I. (2007). *¿Crecer para exportar o exportar para crecer? El caso del Valle del Cauca*. Banco de la República de Colombia, Cali.
- ✚ CCENCHO LIMA, R., & MARTINEZ CHANCA, S. (2011). *Influencia del Programa Sierra Exportadora en las exportaciones no tradicionales de la región Junin del 2006 -2009*. Tesis, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Recuperado el 10 de 11 de 2018, de http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1543/Tesis_Influencia%20del%20programa%20Sierra%20Exportadora.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ✚ CHIPANA VALLEJOS, K. R., & VELARDE PACHAS, S. (2017). *Factores que impulsan a la exportación de arándanos frescos de la región de Lima*. Tesis, Universidad San Martín de Porras, Lima. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3100/3/chipana_velarde.pdf
- ✚ CORREA, F. (2004). *Determinantes estructurales de la inestabilidad*. Departamento de Estudios y Estadísticas de la.
- ✚ COSAVALENTE, I., MIRANDA, A., ROSAS, J., & TORRES, E. (Diciembre 2017). *ANCASH: Síntesis de Actividad Económica*. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ, Trujillo. Recuperado el 01 de 07 de 2019, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Trujillo/2017/sintesis-ancash-12-2017.pdf>
- ✚ DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOBRE COMERCIO EXTERIOR. (2017). *REPORTE REGIONAL DE COMERCIO ÁNCASH*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Lima.

- Recuperado el 25 de 06 de 2019, de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/reporte_regional/RRC_Ancash_2017_anual.pdf
- ✚ FEDERAL MINISTRY FOR ECONOMIC AFFAIRS AND ENERGY GERMANY. (2019). Recuperado el 21 de 05 de 2019, de <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Dossier/export-initiatives.html>
 - ✚ GERENCIA CENTRAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS. (2017). *Memoria Anual 2017*. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2017/anexos/anexo-memoria-2017-22.xlsx>
 - ✚ GERENCIA CENTRAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS. (2019). *BCRPDATA*. Recuperado el 21 de 06 de 2019, de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/index>
 - ✚ *GERMANY TRADE & INVEST*. (2019). Recuperado el 13 de 05 de 2019, de <https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Meta/About-us/What-we-do/export-promotion.html>
 - ✚ GOBIERNO DE COLOMBIA. (2019). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de <http://www.procolombia.co/nosotros/conozca-procolombia>
 - ✚ GOBIERNO DE COLOMBIA. (2019). *PROCOLOMBIA*. Recuperado el 08 de 06 de 2019, de <http://www.procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>
 - ✚ GUERRA QUILCA, J. (2018). *PRESENTACIÓN DE PLATAFORMAS DE INFORMACIÓN AGRARIA Y PLAN NACIONAL DE CULTIVOS*. Ministerio de Agricultura y Riego. Recuperado el 28 de 05 de 2019, de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/rediagro/2018/exposiciones-minagriatualcance/cusco/servicios-sysexportadora.pdf>

- ✚ HERNÁNDEZ, J. (2005). *Demanda de Exportaciones No Tradicionales*. Cali: Banco de la República de Colombia.
- ✚ IBÁÑEZ ELCANO, C. (10 de 2001). Recuperado el 15 de 06 de 2019, de [http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dd135be5a5f280eb03256af600627c83/c21ad3ebf6947e2703256af600629787/\\$FILE/Chile1.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dd135be5a5f280eb03256af600627c83/c21ad3ebf6947e2703256af600629787/$FILE/Chile1.doc)
- ✚ INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR. (2019). *ICEX España*. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de <https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=DAX2014280485&site=icexES>
- ✚ LEY QUE CREA SIERRA EXPORTADORA. (06 de Octubre de 2006). 8. Lima. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/\\$FILE/28890.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/60B31806F6D23B8D05257B88006F9D61/$FILE/28890.pdf)
- ✚ MISAS A, M., RAMÍREZ G, M. T., & SILVA E, L. F. (2001). *Exportaciones No Tradicionales en Colombia y sus Determinantes*. Banco de la República de Colombia, Cali.
- ✚ MONTES DE OCA JAVIER. (2019). *Ecomipedia*. Recuperado el 23 de 04 de 2019, de Exportaciones: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- ✚ PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2017 2019. (2017). 27. Recuperado el 02 de 11 de 2018, de <http://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/plan-estrategico/2016/PEI-2017-2019.pdf>
- ✚ PROCHILE. (2012). Recuperado el 12 de 05 de 2019, de <https://www.prochile.gob.cl/landing/quienes-somos/>
- ✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2012). *PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2012 - 2016*. Recuperado el 01 de 08 de 2019, de

<http://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/plan->

[estrategico/2016/PEI%20Sierra%20Exportadora%202012-2016%20Final](http://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/plan-estrategico/2016/PEI%20Sierra%20Exportadora%202012-2016%20Final)

✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2013). *Memoria Anual 2013*. Lima.

Recuperado el 10 de 06 de 2019, de

<https://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/memorias/MEMORIA-ANUAL-SIEX-2013.pdf>

✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2014). *Memoria Anual 2014*. Lima.

Recuperado el 10 de 06 de 2019, de

<https://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/memorias/MEMORIA-ANUAL-SIEX-2014.pdf>

✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2015). *Memoria Anual 2015*. Lima.

Recuperado el 10 de 06 de 2019, de

<https://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/memorias/MEMORIA-ANUAL-SIEX-2015.pdf>

✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2016). *Memoria Anual 2016*. Lima.

Recuperado el 10 de 06 de 2019, de

<https://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/memorias/MEMORIA-ANUAL-SIEX-2016.pdf>

✚ PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA. (2017). *Memoria Anual 2017*. Lima.

Recuperado el 10 de 06 de 2019, de

<https://www.sierraexportadora.gob.pe/descargas/memorias/MEMORIA-ANUAL-SIEX-2017.pdf>

✚ *PROGRAMA SIERRA EXPORTADORA*. (2019). Recuperado el 05 de 05 de 2019,

de ORGANIGRAMA: http://www.sierraexportadora.gob.pe/wp-content/uploads/2019/03/ORGANIGRAMA_SSE.pdf

✚ SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADUANAS Y DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA. (2018). *ACUERDOS COMERCIALES*.

Recuperado el 23 de 07 de 2019, de

<http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/acuerdoscomerciales/index.html>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES			
Se decide estudiar las acciones estratégicas que este programa está tomando para el crecimiento y desarrollo económico de estas poblaciones, se hace necesario saber cual es la incidencia de las acciones estratégicas dentro de las exportaciones que desarrollan estas poblaciones, pues si estas personas logran exportar sus productos, es indubitable que su calidad de vida aumentara y por ende el crecimiento económico del país y hará que los niveles de pobreza bajen aun más, pero con un buen sustento que es el comercio internacional.	<p>Objetivo General: Analizar como las acciones estratégicas del Programa Sierra Exportadora inciden en las exportaciones de la sierra de Ancash con relación a un marco teórico referencial a fin de tener bases consistentes que permitan formular recomendaciones necesarias.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Demostrar que la gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora incide en el incremento Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash. - Explicar de qué modo la Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna propuesta a los productores de Ancash por el Programa Sierra Exportadora contribuye al incremento del valor de las exportaciones de la Región Ancash. - Exponer como los Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash ofrecidos por el Programa Sierra Exportadora contribuyen al incremento Cuota de comercio exterior. 	<p>Hipótesis General: ¿Las Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora incide positivamente en el incremento de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>a) ¿La Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores de Ancash propuesta por el Programa Sierra Exportadora incide en el incremento Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash en los periodos 2013 – 2017?</p> <p>b) ¿La Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna propuesta a los productores de Ancash por el Programa Sierra Exportadora contribuye al incremento del valor de las exportaciones de la Región Ancash en los periodos 2013 – 2017?</p> <p>c) ¿Los Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash ofrecidos por el Programa Sierra Exportadora contribuyen al incremento Cuota de comercio exterior generado en la sierra ancashina en los periodos 2013 – 2017?</p>	<p>Variable independiente X: Acciones Estratégicas del Programa Sierra Exportadora</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión comercial integral, eficiente y oportuna a los productores organizados de Ancash 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyos comerciales ofrecidos. 			
				<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia técnica de innovación y emprendimiento oportuna a los productores de Ancash 	<ul style="list-style-type: none"> - Empleos generados. - Beneficiarios. 			
				<ul style="list-style-type: none"> - Proyectos productivos eficientes y de calidad para los productores organizados de la sierra de Ancash 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de proyectos desarrollados 			
						<p>Variable dependiente Y: Exportaciones de la región Ancash</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Volumen de las exportaciones de la sierra de Ancash 	<ul style="list-style-type: none"> - Volumen exportado.
							<ul style="list-style-type: none"> - Valor de las exportaciones de la zona sierra de Ancash 	<ul style="list-style-type: none"> - Valor de las mercancías exportadas.
							<ul style="list-style-type: none"> - Cuota de comercio exterior generado en la sierra ancashina 	<ul style="list-style-type: none"> - Porcentaje de la participación de las exportación.

